JEAN-CLAUDE LARCHEŢ

CAPTIVI ÎN INTERNET

• O falsă impresie de libertate
• Distrugerea relaţiilor interpersonale
• Sărăcirea vieţii spirituale
• Diminuarea capacităţilor intelectuale
* Cum se poate vindeca dependenţa

JEAN-CLAUDE LARCHET

CAPTIVI IN INTERNET

în româneşte de Marinela Bojin

editura Σοφία

Bucureşti

Redactor: Diana-Cristina Vlad

Traducerea a fost făcută după originalul în limba franceză: Jean-Claude Larcher, *Malades des nouveaux médias,* **L'Edition du Cerf, Paris, 2016.**

© 2016, L'Édition du Cerf
© Editura Sophia, pentru prezenta ediţie

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
LARCHET, JEAN-CLAUDE
Captivi în internet / Jean-Claude Larchet; în româneşte de Marinela Bojin – Bucureşti: Editura Sophia, 2018
ISBN 978-973-136-624-1

I. Bojin, Marinela (trad.)

2

INTRODUCERE

„Că iată moartea intră pe ferestrele noastre” *{Ieremia* 9, 21)

„O societate tot mai bolnavă, dar şi tot mai puternică, a făcut din lumea concretă un spaţiu şi un decor al maladiei sale” (Guy Debord, *La société du spectacle}*

Nimeni nu contestă astăzi aportul pozitiv al noilor mijloace de informare în masă în materie de comunicare, de informare, de acces la cultură în diversele ei forme; în curând nimeni nu va mai putea să se lipsească de ele, deoarece sunt integrate în modul de funcţionare al diverselor structuri sociale, administrative, comerciale, educative şi chiar religioase.

Se spune în mod curent că inventarea noilor media a provocat în societatea noastră o revoluţie comparabilă cu cea produsă de electricitate sau de noile mijloace de locomoţie. Există însă o mare diferenţă între noile media şi celelalte invenţii care au schimbat în mod profund viaţa omului modern. Nici o altă tehnologie nu s-a infiltrat în activitatea noastră zilnică pentru un timp atât de îndelungat, nu a solicitat atenţia şi intervenţia noastră atât de constant, nu a invadat atât de mult viaţa noastră privată, familială şi personală, nu a pătruns atât de profund în lăuntrul vieţii noastre

sufleteşti. Nici o altă tehnologie nu a transformat atât de mult raporturile noastre cu spaţiul şi timpul, felul nostru de a vedea lumea, relaţiile noastre cu ceilalţi, reprezentarea pe care o avem despre noi, natura şi ritmul activităţilor noastre de la serviciu şi din timpul liber, forma noastră de comunicare, ca şi natura, structura şi forma vieţii noastre psihice şi intelectuale. Şi nici o altă tehnică, prin influenţa exercitată asupra modului nostru de a fi, care constituie textura existentei noastre, nu a avut un impact atât de important asupra vieţii noastre spirituale.

Numeroase cărţi şi articole au lăudat avantajele şi binefacerile acestor noi media, iar scopul studiului nostru nu este acela de a aduce un elogiu în plus, de altfel redundant şi de prisos, ci – ceea ce este în zilele noastre mai rar şi în fond mai util – acela de a invita la o reflecţie critică asu- J
pra folosirii acestor noi mijloace de comunicare, care au devenit pur şi simplu invadatoare şi cu efecte în mod vădit negative, de care însă cei ce se folosesc de ele, cu toate că uneori constată în parte că le afectează propria persoană, copiii sau apropiaţii lor, nu sunt întotdeauna pe deplin conştienţi de răul produs de ele.[1]

1 V.C. STRASBURGER, profesor de pediatrie la universitatea din New Mexico, observă că: „Media reprezintă unele dintre influenţele cele mai sub-evaluate şi mai puternice asupra dezvoltării copilului normal şi a adolescentului din societatea noastră modernă. Pentru că influenţa acestor media este subtilă, cumulativă şi se produce de-a lungul unei vaste perioade de timp, se poate ca părinţii, pediatrii şi educatorii să nu fie conştienţi de impactul lor asupra acestora" («Children, Adolescents and the Media», *Current Problems în Pediatric and*

Chiar dacă, în faţa deviaţiilor actuale şi a perspectivelor sumbre asupra viitorului, ni s-ar părea că importantă şi de dorit ar fi o schimbare a societăţii, scopul nostru are în vedere o stare actuală de urgenţă şi este în primul rând unul pragmatic, şi anume: Pornind de la o mai bună cunoaştere a deviaţiilor provocate de noile media şi a efectelor patologice reale şi potenţiale, să învăţăm să le controlăm şi să reducem utilizarea lor în zona în care produc efecte nedorite.

Scopul studiului nostru, mai înainte de a propune în final câteva direcţii terapeutice şi profilactice, se va preocupa îndeosebi de stabilirea diagnosticului şi a pronosticului patologiilor generate de noile media în diversele sfere ale existenţei sociale – politică, economică, culturală, şi mai ales personală, trupească, psihică, intelectuală şi spirituală –, care produc grave vătămări vieţii persoanelor şi pot chiar să modifice în mod îngrijorător însăşi natura umană.

Numai conştientizând gravitatea acestei maladii care afectează civilizaţia noastră se va putea organiza o rezistenţă faţă de ele; şi numai prin această rezistenţă a utilizatorilor de media se poate declanşa o scădere a ofertei din partea celor care le produc, şi numai prin această scădere ne

---

Adolescent Health Care, 34, 2004, p. 54). M. DESMURGET notează, la rândul său: „Absenţa coincidenţei temporale dintre expunere şi comportament tinde să ascundă lanţul cauzal care conduce media la simptomele discutate” (*TVLobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ed. a 2-a, J’ai Lu, Paris, 2013, p. 28).

vom putea gândi la o schimbare în societate care să poată reda comunicării dimensiunea cu adevărat umană şi spirituală ce s-a pierdut.

I

INVAZIA

„Invazie. Definiţie: acţiunea de pătrundere bruscă şi masivă într-o ţară, cu scopul jefuirii şi cuceririi ei. în medicină: perioadă de început a unei maladii, de la instalarea primelor simptome şi până la perioada de stare de boală, ca atare. Figurat: apariţie rapidă a ceea ce se extinde până la ocuparea întregului spaţiu” (ORTOLANG, Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales)

Mediu (lac. *medium)* este un mijloc sau un intermediar prin care un obiect, im gând, un cuvânt, un sunet, o imagine etc. pot trece de la o stare la alta sau dintr-un loc în altul. Pluralul media (lat. *media)* este folosit de multă vreme pentru a desemna marile mijloace de transmitere a informaţiilor: presa scrisă, radioul, televiziunea (mijloacele de comunicare în masă). Expresia „noile media” desemnează mijloacele de comunicare cele mai recente, care folosesc tehnici digitale de mare precizie datorate informaticii; ele sunt desemnate şi prin expresia „media digitale”. Este vorba în particular de calculatoare conectate

între ele şi de derivatele lor simplificate (tablete...), ca şi de telefoanele inteligente, care cumulează avantajele celor din urmă cu cele ale telefoanelor portabile, ale aparatelor de fotografiat, ale echipamentelor de înregistrare şi ale echipamentelor de redare a acestor înregistrări (altădată cititoare de CD-uri, astăzi cititoare de MP3-uri). Cum toate aceste mijloace implică un ecran, se utilizează uneori expresia „ecrane” *{display)* pentru a le desemna în mod global, fapt care permite să includem aici şi televiziunea, care se înrudeşte cu ele sau cu care aceste echipamente se înrudesc în anumite privinţe, şi la care ne vom referi de asemenea în studiul nostru.

Termenul „media” foloseşte atât la desemnarea mijloacelor de transmitere, de exemplu Internetül, cât şi a conţinutului propriu-zis: siturile, blogurile, forumurile, reţelele de socializare, jocurile *on line* etc.

Pentru că termenul „médium”, la singular, are de multă vreme o conotaţie foarte puternică în domeniul parapsihologici, în mod obişnuit se preferă forma „media”.

COLONIALISMUL DIGITAL

Mediile digitale au invadat treptat şi tot mai mult toate domeniile de activitate şi toate sferele vieţii noastre, fie private, fie publice. Roberto Casati a vorbit pe această temă despre un „colonialism digital”, noţiune pe care a definit-o

astfel:

Colonialismul digital este o ideologie care se rezumă la un simplu principiu condiţional: „Dacă poţi face un lucru, atunci trebuie negreşit să-l faci.” Dacă se poate ca un lucru sau o activitate să migreze spre digital, atunci *trebuie* neapărat să migreze într-acolo. Coloniştii digitali folosesc toate mijloacele pentru a introduce noile tehnologii în toate domeniile vieţii noastre, de la lectură la joc, de la învăţare la asistenţă şi luarea unei decizii, de la comunicare la planificare, de la conservarea de obiecte la analiza medicală. Teza colonialistă este privită ca un drept de fapt, de către colonişti, care o apreciază pentru simplitatea sa: este absolut generală, pentru că se aplică oricărui obiect şi oricărei activităţi.[2]

Societatea exercită o presiune considerabilă asupra indivizilor, pentru a-i face să folosească noile media. Principala presiune este în mod evident exercitată de către co- mercianţi, fie că vând dispozitivele de comunicaţie, fie conţinutul lor, fie că, atunci când acest conţinut este gratuit, obţin un beneficiu secundar (publicitate, vânzarea datelor personale...[3]). Dar chiar statele sunt puternic implicate în răspândirea acestor media şi

2 *Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire,* Albin Michel, Paris, 2013, p. 16.

3 A se vedea M. HAUTEFEUILLE şi D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet. De l’ennui à la dépendance,* Payot & Rivage, Paris, 2014, pp. 165-187, care atrag atenţia asupra răspunderii comercianţilor în ce priveşte ciber-dependenţa şi exploatarea acestei dependenţe.

contribuie la utilizarea lor generală şi cvasi-obligatorie, introducând utilizarea lor în şcoală de la cea mai fragedă vârstă şi făcându-le indispensabile pentru diverse activităţi administrative etc. Statele consideră drept o datorie morală reducerea „fracturii digitale" (în englezeşte *digital divide),* adică presupusa diviziune şi inegalitate între două categorii de cetăţeni: una, considerată superioară, care are acces la media, şi alta, considerată inferioară, defavorizată, care nu are acces la aceste mijloace de comunicare. De aici preocuparea lor pentru a nu mai exista vreun colţişor de ţară lipsit de „acoperire" în ceea ce priveşte televiziunea, Internetul sau telefonia mobilă, pentru a elimina riscul creării unei categorii de cetăţeni defavorizaţi, excluşi de la astfel de beneficii.

La presiunile economice şi politice precedente se adaugă o presiune socială, formată şi întreţinută chiar de indivizi: fiecare, pentru a nu se simţi complexat, se simte obligat să posede nu numai toate mijloacele de informare în masă, ci şi cele mai recente aparate pentru accesarea lor. Media şi instrumentele aferente au devenit nu doar mijloace şi semne ale integrării în comunitate şi ale nivelului de apartenenţă la ea, dar şi obiecte care oferă sentimentul valorii sociale şi al propriei valori.

I.
INVAZIA

TELEVIZIUNEA

Televiziunea aparţine categoriei de media moderne, dar ea nu mai face parte propriu-zis din categoria noilor media (în pofida înaltei rezoluţii la care tehnica digitală i-a permis să ajungă), de vreme ce a trecut deja mai mult de o jumătate de secol de când a început răspândirea ei, iar acum televizorul face parte din mobilierul locuinţelor din întreaga lume, inclusiv cele mai sărace. Fie că e vorba de America, fie că e vorba de Franţa, în mai mult de 99% dintre locuinţe există cel puţin un televizor; în Africa, un continent defavorizat din punct de vedere economic, acest procent se ridică la 85%. în multe case, pe lângă televizorul care tronează în living, mai există unul sau mai multe receptoare, în dormitor sau în camerele copiilor.[4]

Puţini sunt cei care rezistă şi decid să nu aibă televizor în casa lor; în general, fac parte din straturile socio-culturale elevate, şi procedează aşa din raţiuni religioase, intelectuale sau culturale – legate mai ales de grija de a-şi feri copiii de exemple şi influenţe rele, de ocazii care provoacă neglijarea îndatoririlor şcolare şi lipsirea lor de activităţi recreative de natură culturală sau socială mai elevată.

»

Aceştia însă par indivizi marginali.[5] În cele mai

4 În Statele Unite, ţară de referinţă, pentru că este întotdeauna cu un pas înainte, 80% dintre locuinţe posedă cel puţin trei televizoare, şi mai mult de 70% dintre copiii de peste 8 ani au un televizor în camera lor.

5 Este vorba cel mai adesea de familii care, în afara

multe familii, dimpotrivă, televizorul rămâne pornit de dimineaţă până seara, şi chiar dacă nu se uită întotdeauna cineva la el, este un permanent fundal al vieţii de acasă.[6]

în general, timpul efectiv petrecut în faţa televizorului este considerabil. Cel mai asiduu public telespectator se află în Orientul Mijlociu, cu 4 ore şi 55 minute pe zi, urmat de cel din America de Nord (4 h 47); europenii se află la egalitate cu africanii (3 h 48 şi 3 h 47), urmaţi de locuitorii din America Latină (3 h 30) şi din Asia-Pacific (2 h 45).[7]

Televiziunea ocupă o parte importantă din zilele şi nopţile pensionarilor şi ale celor care nu lucrează, dar şi din cele ale adulţilor activi sau ale copiilor înainte de a merge la şcoală şi în timpul şcolarizării. În ceea ce-i priveşte pe aceştia din urmă, studiile arată că ei petrec în ansamblu mai mult timp în faţa televizorului decât cu profesorii, şi chiar decât cu părinţii lor (adică interacţionând cu ei).

Televiziunea este un mod ieftin şi la îndemână de petrecere şi umplere a timpului. Multe

faptului că au înalte exigenţe morale, culturale şi educative, sunt suficient de înstărite pentru a oferi copiilor activităţi diversificate şi organizate.

6 Intre abţinere totală şi omniprezenţă, există, evident, trepte. Ca regulă generală, cu cât nivelul socio-cultural este mai înalt, cu atât timpul de expunere este mai redus, proporţional cu capacitatea financiară şi, mai ales, cu aptitudinea culturală de a înlocui televizorul cu alte activităţi care ţin de cultură sau de petrecerea timpului liber. Invers, absenţa unei alternative întăreşte poziţia televizorului.

7’Statistici din anul 2012.

persoane au ajuns dependente. A devenit din ce în ce mai greu să-i smulgi pe copii din faţa ecranului fără ca ei să se revolte, să protesteze şi să ţipe.

Dependenţa copiilor este mai mare decât cea a adulţi- lor, pentru că ei nu sunt atât de prinşi cu treburile de zi cu zi ale casei, şi de asemenea sunt mai pasivi şi mai receptivi, mai interesaţi şi mai captivaţi de lumile pe care le descoperă, mai permeabili la influenţele externe, din cauza lipsei de experienţă, de criterii de comparaţie şi de repere sigure, şi a absenţei spiritului critic.[8]

Dar, contrar a ceea ce s-ar putea crede, nu întotdeauna copiii sunt cei care cer primii să se uite la televizor, ci adesea adultii sunt cei care îi asază în fata televizorului, nu doar ca să le potolească agitaţia şi nerăbdarea juvenilă, ci şi pentru a le da o ocupaţie, pentru ca să le acorde mai puţin timp, să nu mai fie deranjaţi de ei şi să-şi vadă nestingheriţi de treburile lor. Foarte adesea, se dă drumul la televizorul ca să se ţină copiii pe loc.

În pofida unei idei foarte răspândite, televiziunea nu a fost înlocuită de cele mai recente media; ea continuă să coabiteze cu ele[9], fie pentru

8A se vedea pe această temă studiile lui L. LURÇAT citate mai jos.

9 A se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vente scientifique sur les effets de la télévision,* ed. a Il-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 54-58; N. CARR, *Internet rend-il bétel,* Robert Laffont, Paris, 2011, pp. 128-129. Studiile arată că timpul petrecut în faţa ecranului de calculator măreşte timpul petrecut în general în faţa ecranelor şi nu înlocuieşte timpul petrecut în faţa televizorului, cu excepţia televiziunii transmise prin In-

că sunt utilizate în paralel cu ea[10], fie pentru ele că au integrat-o, Internetül oferind difuzarea nu doar în direct, ci şi în reluare a diverselor canale, şi permiţând descărcarea emisiunilor pentru a le urmări pe calculator, tabletă sau telefon mobil.

Impactul televiziunii asupra copiilor este deosebit de puternic. „Televiziunea, notează Liliane Lurçat, modelează copilul de la începutul vieţii. Caracterul ei pregnant se exercită iară nici o restricţie, deoarece nici o altă experienţă directă nu-i poate contracara efectele, care abia dacă sunt stăvilite de intervenţia adulţilor. Socializarea prin media este cu atât mai puternică, cu cât ea operează prin captivate, seducere şi provocarea artificială de reflexe condiţionate, prin asocierea în viaţa de zi cu zi a vizionării lor cu satisfacerea unor nevoi de bază, ca nevoia de a te hrăni sau de a te relaxa.”[11] Forţa ei de captivate ţine de faptul că ea se foloseşte în principal de calea emoţională, prin intermediul unui abil aranjament de elemente reale şi fictive, care ţin de o veritabilă manipulare.[12] Televiziunea vizează în principal

ternet (cf. H. DAWLEY, *«Time-wise, Internet is Now TV’s Equal»,* Me- dia-Life, 1 februarie 2006).

10 Un studiu recent constata frecvenţa cazurilor în care trei media – televizor, calculator sau tabletă, telefon inteligent – sunt utilizate simultan.

11 *Des enfances volees ţar la télévision. Le temps prisonnier,* ed. a Il-a, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, pp. 13,29.

12 A se vedea *ibid.,* p. 14. Autoarea vorbeşte despre o influenţă „violentă” a televiziunii, care se explică prin trei factori: „În primul rând, efectul ruperii de realitate, generat de un raport mediatizat cu realul, care permite tot soiul de confuzii

sentimentele, pentru a stimula participarea şi identificarea.[13]

Numeroase studii au menţionat, de altfel, de mai multe decenii, locul exagerat pe care l-a dobândit imaginea în societatea modernă, împreună cu toate efectele datorate puterii ei de impresionare specifice, şi cu un impact major asupra modului nostru de a percepe realitatea.

JOCURILE VIDEO

Este util să menţionăm pe scurt jocurile video, dată fiind legătura lor veche cu ecranul şi legătura actuală a unora dintre ele cu Internetül sau cu telefoanele inteligente.

Ele nu ocupă deloc o poziţie marginală, pentru că 80% dintre francezi au jucat măcar o dată un joc video în ultimele 12 luni, iar timpul care li se consacră în mod obişnuit este de 12 ore pe săptămână.[14]

Dezvoltarea jocurilor video este puternic dinamizată de realizatorii lor, care obţin beneficii importante (aproape 100 milioane de dolari pe an), fapt care este un semn clar al importanţei care li

---

şi amalgamuri, desfiinţând distincţiile absolut necesare pentru o gândire raţională. în al doilea rând, contaminările prin acţiunea directă a imaginilor şi a ambianţei asupra emoţiilor. În al treilea rând, manipularea sofisticată a dorinţelor şi motivaţiilor. Această manipulare utilizează tehnici psihologice care induc imitarea automată prin acţiune subconştientă sau subliminală, precum şi imitarea mai mult sau mai puţin conştientă prin sugestie" (pp. 151-152). Despre tehnicile de manipulare inerente televiziunii, a se vedea şi pp. 161-162.

13 A se vedea L. LURCAT, *op. cit.,* p. 37

14 *Éléments clés du. jeu video en France en 2013,* Cartea albă a sindicatului naţional al jocurilor video (SNJV).

se acordă.

Jocurile video nu au fost la început media propriu-zise, întrucât nu transmiteau date de la un loc la altul sau de la o persoană la alta. La origine, aveau o formă foarte simplă, care a devenit tot mai elaborată datorită dezvoltării aplicaţiilor software de care se folosesc. La început, nu implicau decât un singur jucător şi puteau fi considerate activităţi solitare (cum e cazul celebrului Gameboy şi al primelor versiuni ale nu mai puţin celebrei Playstation). Principalul reproş care li se aducea era tocmai caracterul individualist, faptul că îi izolau pe utilizatori, rupând legăturile cu ceilalţi.

Jocurile video s-au integrat în domeniul media în momentul când au devenit interactive şi au permis jocul în reţea, datorită calculatoarelor şi Internetului.[15] Atunci s-au combinat adesea cu jocurile bazate pe asumarea de roluri, în care jucătorii se identifică cu diverse personaje. Aceste noi jocuri s-au dovedit a fi şi mai mari consumatoare de timp şi energie, mai ales din cauza exigenţelor privind prezenţa, reactivitatea şi performanţele jucătorilor.

Jocurile simple de la început au renăscut prin folosirea telefoanelor inteligente, izolându-i din nou pe indivizi, chiar în sânul cuplului, de familie sau de prieteni.

15 Pentru o analiză a diferitelor tipuri de jocuri, a se vedea M. HAUTEFEUILLE şi D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance,* Payot & Rivage, Paris, 2014, pp. 48-68.

I.
INVAZIA
CALCULATORUL ŞI PROGENITURA SA

Calculatorul, luat în sine şi separat, nu face parte din media, dar a devenit instrumentul principal al acestora; în primul rând pentru că este conectat într-o reţea cu alte calculatoare, permiţând diverşilor utilizatori să facă schimb de date; în al doilea rând, pentru că primeşte date de la site-uri exterioare, le prelucrează şi le transmite mai departe, fapt care a permis realizarea reţelelor de mari dimensiuni, în particular Internetül. La origine, calculatorul era dedicat muncii de birou, pe care a revoluţionat-o într-un mod foarte amplu. S-a răspândit peste tot – în administraţia publică, în întreprinderi, în comerţ, în şcoli.

Calculatorul s-a deplasat foarte repede din sfera colectivă în cea privată. Capacitatea sa de incorporare a altor media a fost rapid exploatată şi a permis utilizarea lui în scopuri de recreare şi relaxare, fapt care a condus la o şi mai largă răspândire a sa. Trecând de la serviciu acasă, calculatorul a devenit repede un obiect compact pe care poţi să-l iei cu tine oriunde (laptop-ul), ca mai apoi să ajungă la forme simplificate şi uşoare, care permit un transport şi o folosire încă şi mai facile, în orice loc şi în orice împrejurare (tabletele). Când vorbim despre calculator, vorbim de acum încolo despre media la care oferă acces şi care pot fi folosite datorită lui. Iar între aceste media, Internetül este unul principal.

INTERNETÜL

Calculatorul a permis accesul tuturor la Internet (denumit şi „Net” sau „Web”), iar Internetül a contribuit, în mod reciproc, la răspândirea calculatoarelor. Navigarea pe Net a devenit, pentru majoritatea persoanelor, motivul principal pentru a avea un calculator şi primul motiv pentru folosirea lui, cu mult mai important decât lucrul sau jocul pe calculator.

Internetül este o reţea informatică globală care conectează între ele toate reţelele accesibile publicului. Cuvântul vine din englezescul *internetting,* care înseamnă „a pune reţelele *(nets)* în legătură *{inter')".* Aceste legături reciproce seamănă cu o uriaşă pânză de păianjen, de unde şi numele de *web* (pânză) care i se dă de asemenea Inter- netului. Interconexiunea permite fiecărei reţele accesarea imediată a tuturor celorlalte reţele. Site-urile cele mai des consultate de pe Internet sunt motoarele de căutare. Ele sunt numeroase, dar americanul Google a devenit foarte repede cel mai folosit. Motoarele de căutare permit, pornind de la un simplu cuvânt, găsirea în site-urile din lumea întreagă a tot ce se referă la el şi este legat de el. Aceste motoare de căutare pun astfel imediat la dispoziţia celor interesaţi o masă considerabilă de informaţii, sub formă de texte, imagini, secvenţe video sau sonore.

Au apărut tot felul de site-uri specializate, răspunzând tuturor nevoilor şi tuturor centrelor de

interes posibile. Comerţul prin Internet *(on line,* e-commerce) a invadat Web-ul. Majoritatea instituţiilor şi asociaţiilor au propriul site. Un număr apreciabil de utilizatori şi-au creat un blog (o pagină alimentată periodic) personal...

Internetül include poşta electronică (e-mail), capabilă să pună în legătură de manieră aproape instantanee pe internauţii situaţi la antipozi, permiţându-le să schimbe între ei fără întârziere şi fără costuri mesaje însoţite de diverse documente anexe (ataşamente conţinând text, imagini, sunete...). În prezent, aproape 215 miliarde de mailuri sunt transmise zilnic.

Pentru multe persoane, navigarea pe Internet ocupă mai multe ore pe zi (în prezent, 70% dintre internauţi sunt utilizatori zilnici şi petrec în jur de 4,8 ore pe zi în faţa unui calculator şi 2,1 ore folosind un telefon inteligent).

REŢELELE DE SOCIALIZARE: FACEBOOK, TWITTER ŞI CELELALTE

Reţelele de socializare au dobândit în ultimul deceniu un loc considerabil, datorită răspândirii calculatoarelor, tabletelor şi telefoanelor inteligente.

La început, „forumurile de discuţie” sau spaţiile de discuţie existente pe bloguri au permis utilizatorilor Interne- tului să schimbe idei, impresii şi sentimente. Această posibilitate există şi în prezent şi continuă să fie folosită intens. Dar Facebook a introdus în lumea comunicării o

adevărată revoluţie. Acesta a permis fiecărui ins să deţină un spaţiu unde poate exprima tot ce doreşte şi să-I ilustreze cum doreşte (prin texte, fotografii, secvenţe video, sunete...), fiind în permanentă comunicare cu zeci, sute sau mii de alte persoane.

Dincolo de schimbul de date personale între „prieteni" (numele pe care şi-l dau utilizatorii conectaţi), Facebook serveşte tot mai mult drept platformă de împărtăşire de cunoştinţe pentru studenţi, cercetători, universităţi sau întreprinderi reunite printr-un interes sau un proiect comun.

Creat în 2004 la Universitatea Harvard, unde era destinat studenţilor căminişti, Facebook a devenit site-ul cel mai accesat, după Google, şi totodată un veritabil fenomen social, implicând majoritatea tinerilor din aproape toate ţările lumii, deoarece a ajuns azi să fie tradus în 85 de limbi. în prezent, numărul de utilizatori este de 2 miliarde; mai mult de jumătate dintre ei se conectează cel puţin o dată pe zi şi petrec apoi aproape 50 de minute pentru a încărca *on line* peste 1 miliard de comentarii.

Succesul Facebook-ului ţine de nevoia firească a fiecărei persoane de a fi în contact cu ceilalţi, o nevoie sporită în societatea modernă, în care, din diverse motive, legătura socială s-a diminuat considerabil, celula familială s-a déstructurât, şi tot mai multe persoane ajung să fie singure. A fost lăudat meritul reţelelor de socializare de „a crea o legătură", de a reuni oamenii, de a da persoanelor izolate sau timide posibilitatea socializării, de a

crea o empatie între participanţi, care, odată conectaţi cu alţii, sunt prezentaţi drept „prietenii" lor.

O altă raţiune a succesului Facebook-ului este faptul că răspunde nevoii fiecăruia de a simţi că există şi este preţuit de ceilalţi. Pagina personală, care permite expunerea propriului eu, a devenit în multe cazuri locul în care sunt dezvăluite nu doar domeniile de interes şi gusturile proprii, dar şi, în deplină libertate – cu alte cuvine iară nici o reţinere şi adesea fără pudoare – numeroase detalii din viaţa particulară, inclusiv cele intime, sau cel în care persoana îşi etalează isprăvile, reale sau imaginare.

Facebook a servit drept model altor reţele de aceeaşi natură. Una dintre cele mai cunoscute este Snapchat, o aplicaţie care permite schimbul de fotografii şi secvenţe video, care are ca particularitate vizualizarea limitată, de la una la zece secunde, lăsând astfel mai puţine urme decât alte media de acelaşi tip. Aici se conectează mai ales tinerii între 12 şi 25 de ani. Această aplicaţie reuneşte în prezent 150 de milioane de utilizatori cotidieni şi este astfel pe locul doi în ierarhia reţelelor de socializare.

Twitter este un instrument de microbloguri, care permite utilizatorului să trimită gratuit scurte mesaje, denumite *„tweets"* (ciripituri, engl.) pe Internei, prin mesagerie instantanee sau prin SMS. La origine, Twitter era conceput ca un serviciu care permite utilizatorului să spună ce face în

momentul respectiv, dar a devenit foarte repede o platformă de schimburi pentru difuzarea de informaţii, de linkuri şi mai ales de scurte comentarii referitoare la noile evenimente. După ce se conectează la Twitter în calitate de membru înscris, utilizatorul are acces la aceste mini-mesaje postate de proprii săi „abonaţi", adică de utilizatorii care au decis să-l „urmeze" *(to follow,* engl.). Cu cât o persoană este mai cunoscută, cu atât are mai mulţi „urmăritori" *(followers),* care pot fi zeci de milioane.[16]

Twitter permite trierea pe grupuri de abonaţi, „urmăritori" şi subiecte, şi propune diferite filtre pentru transmitere şi recepţie.

în prezent, Twitter numără 310 milioane de utilizatori lunari şi 140 milioane de utilizatori zilnici.

în total, doar în Statele Unite, mai mult de 2 miliarde de ore (adică 30% din timpul petrecut *on line)* sunt petrecute în mod colectiv în fiecare lună cu reţelele de socializare, adică în jur de 2 ore pe zi.

TELEFONUL INTELIGENT (SMARTPHONE)

în momentul de faţă, în lume există aproape 7 miliarde de abonamente la telefonia mobilă, la un total de 7,5 miliarde de locuitori. Fenomenul atinge chiar şi ţările cele mai defavorizate din punct de vedere economic. În familiile sărace, „mobilul" este adesea o prioritate şi abonamentele

16 Recordul este deţinut în prezent de cântăreaţa Katy Perry, care are 70 de milioane de „followers".

pentru întreaga familie îngreunează bugetul şi sporesc datoriile. Unele persoane au chiar mai multe telefoane, în funcţie de sferele sau activităţile diferite (familială şi profesională...). Aşa s-a ajuns la situaţia că numărul de telefoane mobile dintr-o ţară a ajuns să depăşească uneori numărul locuitorilor.

Menit la origine să fie un aparat fără fir, uşor de transportat şi de conectat oriunde de o manieră independentă, şi destinat ca şi strămoşul său fix comunicării verbale, telefonul mobil s-a îmbogăţit cu diverse alte funcţii, devenind de asemenea un aparat foto, o cameră de filmat, un aparat de înregistrare a sunetelor, un cititor de fişiere audio şi video şi, mai ales, un mini-calculator care permite conectarea la Internet şi la reţelele de socializare, obţinând astfel statutul de „telefon inteligent" *(smartphone).* Funcţiile sale sunt multiplicate de un mare număr de aplicaţii (în prezent, aproape 500.000).

Vânzările sporesc tot mai mult, deoarece numeroşi posesori de telefoane inteligente, din cauza conjugării uzurii subiective[17] cu uzura fizica[18], sunt tentaţi să le înlocuiască cu modele tot mai evoluate, puse pe piaţă în mod regulat de

17 Sentimentul, în faţa noilor modele şi a posesorilor acestora, de a avea un aparat „depăşit" şi nevoia corelativă de a-l schimba, suscitate de publicitate, modă şi mimetism social.

18din punct de vedere tehnologic şi chiar inutilizabile pentru anumite noi funcţii. În numeroase cazuri sunt introduse în mod artificial puncte slabe în echipamente, pentru a le scurta durata de funcţionare.

către fabricanţi.[19]

Nevoia de a avea un smartphone este condiţionată de diferiţi factori, orchestraţi cu abilitate de vânzătorii de mobile şi de furnizorii de abonamente. Este vorba fie de factori externi – desfiinţarea cabinelor telefonice, publicitatea omniprezentă, ofertele de telefoane Ia preţuri mici în schimbul încheierii unui abonament pe o durată mare de timp, presiunea socială, necesitatea de a avea un mobil la serviciu sau pentru a găsi un loc de muncă. Este vorba de asemenea de factori interni – cum ar fi conformismul (nevoia de a fi şi a face ca ceilalţi), pe care-l găsim deja în recreaţia de la şcoală, nevoia de a te simţi asigurat într-o lume care pare necunoscută şi ameninţătoare, o modalitate de a te pune în valoare (pentru că, în funcţie de marcă şi preţ, telefonul inteligent este un semn exterior de bogăţie, de originalitate sau de modernitate), sau un paliativ pentru plictiseală şi singurătate...

Telefonul inteligent ocupă o parte importantă din timpul utilizatorilor, pe care un studiu recent o evalua la 2 ore pe zi pentru locuitorii Statelor Unite. Doar o cincime din această durată este folosită pentru conversaţie, restul fiind utilizat de alte aplicaţii (SMS-uri, care ocupă un loc important, mailuri, conectare la Internet şi la reţele de

19 Vance PACKARD a sesizat corect, încă din 1960 (în *The WasteMakers,* David McKay co., Inc., New York, 1960), că societatea de consum funcţionează după principiul acestei duble uzuri programate de fabricanţi şi comercianţi.

socializare...). Această durată nu se scade complet din timpul consacrat altor forme de media, ci se adaugă acestuia într-o oarecare măsură.

MESAJELE (SMS ŞI MMS)

Aproape de la apariţia sa, una dintre funcţiile principale ale telefonului mobil a fost trimiterea şi primirea de SMS-uri (Short Message Service), adică a textelor sau a mini-mesa- jelor scrise, de până la 160 de caractere. Acestei funcţii i s-a adăugat cea de MMS-uri (Multimedia Message Service), care permite să se anexeze la texte diverse alte documente: mai întâi fotografii, apoi scurte secvenţe video sau de sunet. Utilizarea SMS-urilor este foarte răspândită (se numără în jur de 200.000 SMS-uri trimise în fiecare secundă, pe plan global) şi principalii utilizatori sunt tinerii (un adolescent american face schimb de 2500 de mesaje pe lună).

Acest succes se datorează mai multor factori: trimiterea şi primirea sunt practic instantanee, chiar şi în situaţia în care emiţătorul şi receptorul sunt foarte departe; costul este foarte mic, chiar şi pentru transmisia în străinătate; mesajele pot fi scrise uşor şi rapid, datorită faptului că sunt scurte şi folosesc o limbă săracă şi neglijentă (care face economie atât de formule de politeţe, cât şi de gramatică), precum şi de abrevieri slab codificate, adesea fonetice.

SMS-urile permit transmiterea şi receptarea cu

mare viteză a unor informaţii scurte, dar şi stabilirea unui contact. În multe cazuri, această ultimă funcţie este mai importantă, iar conţinutul mesajelor nu este decât un pretext.

SMS-urile – şi la un nivel mai redus mailurile – constituie principalul motiv pentru dependenţa faţă de telefoanele mobile, a căror funcţie primară, cea de telefonie, a devenit secundară. Putem observa peste tot posesori de mobile care îşi consultă telefonul în mod obsesiv şi aproape tot timpul, pentru a vedea dacă nu au primit un nou mesaj sau pentru a trimite un nou mesaj. O statistică recentă indică faptul că 70% dintre posesorii de telefoane inteligente îşi verifică mesajele la fiecare 5 minute...

OBIECTELE CONECTATE

Trebuie să menţionăm la sfârşit obiectele conectate[1'], care oferă pieţei comerciale mari posibilităţi de dezvoltare prezente şi viitoare şi care par că extind puterea omului asupra sa şi a mediului său înconjurător.

Dispozitivele care permit, fiind în legătură cu un smartphone sau un e-watch (ceas conectat la reţea), să se măsoare diverşi parametri fiziologici referitori la sănătate sau la activitatea fizică cunosc deja un mare succes, datorită faptului că se practică tot mai mult sportul individual, a modei dietelor de slăbire şi a cultului corpului, cu care aceste dispozitive se află în legătură. Se observă în prezent o dezvoltare importantă a dispozitivelor

care permit supravegherea domiciliului şi controlul de la distanţă – mare sau mică – a echipamentelor din casă şi a aparatelor menajere.

Trebuie să adăugăm aici căştile (Google Glass, Holo Lens, Oculus Rift etc.) şi alte echipamente corporale care oferă posibilitatea de a se cufunda – cu senzaţii cu tot – într-o realitate „amplificată" sau într-un univers în întregime virtual. în prezent, 4 miliarde de obiecte conectate sunt deja utilizate de persoane particulare; în fiecare zi se mai adaugă 5,5 milioane de astfel de obiecte; după studiile privind direcţia viitoare de dezvoltare, în anul 2020 vor exista 20,8 miliarde de aparate conectate.

'' În limba engleză se foloseşte expresia „the Internet of things" *(n.i. trad.).*

II

CÂND MIJLOCUL DE TRANSMITERE A MESAJULUI IA LOCUL MESAJULUI

„Mijlocul de transmitere a mesajului devine mesaj în sine” (Marshall McLuhan, *Să înţelegem noile media)*

Se spune adesea că *media* nu sunt în sine nici bune, nici rele, calitatea lor depinde de modul cum sunt folosite; altfel spus, nu ar exista *media* rele, ci doar, eventual, o rea folosire a lor. Raţionamentul este străvechi, pentru că îl găsim deja la stoici[1] şi la anumiţi gânditori creştini[20] [21], cu referire la folosirea lucrurilor; el este astăzi invocat referitor la tehnică în general şi la *media* în particular. Principiul este, în mare parte, adevărat. într-o lume în care noile *media* sunt de neocolit, ar fi în zadar, iar într-o anumită măsură contraproductiv, să le interzicem în mod absolut copiilor; în schimb, este esenţial să-i învăţăm cum să se folosească

20‘A se vedea de exemplu EPICTET, *Convorbiri,* II, 5: „Materiile sunt indiferente, însă felul în care ne folosim de ele nu este indiferent.”

21[1] În acest sens s-a dezvoltat de exemplu opera psihanalistului Serge TISSERON. A se vedea, între altele: *3-6-9-12. Apprivoiser Ies ecrans et grandir,* Edirions £res, Toulouse, 2013.

bine de ele, în ceea ce priveşte conţinutul, forma şi limitele permise.[22] Este adevărat de asemenea că din mulţimea de utilizatori unii au devenit dependenţi de *media* şi bolnavi ca urmare a relei şi abuzivei lor folosiri, iar alţii au învăţat să le gestioneze astfel încât să rămână utile, fără a deveni dăunătoare.

Problema însă este mai complexă decât pare. Apariţia şi dezvoltarea diverselor tehnologii la sfârşitul secolului al XlX-lea şi în cursul secolului al XX-lea au dat naştere unor reflecţii şi discuţii filosofice de cel mai înalt nivel, pentru că amploarea efectelor negative a unora dintre ele punea de o manieră stringentă chestiunea inocuităţii lor intrinsece. în celebrul său eseu *Chestiunea tehnicii,* Heidegger a subliniat puternic pericolele tehnicii şi faptul că, contrar ideii lui Descartes, potrivit căreia ea ne-ar face „stăpâni şi posesori ai naturii”[23], de fapt ea ne deposedează de natură. Heidegger merge până acolo încât afirmă că, cu cât voinţa omului de a stăpâni tehnica este mai insistentă, cu atât mai mult ea îi scapă de sub control, iar aceasta datorită caracterului inerent al tehnicii. Fiecare dintre noi poate constata că tehnica, menită în principiu să-l elibereze pe om de servituţile sale şi să pună în slujba sa forţele naturii, a avut, în unele domenii, un efect contrar, de dominare şi strivire a omului şi de distrugere a

22 *Discours de la methode,* partea a 6-a [tr. rom., *Discurs asupra meto*

23 *dei...,* Ed. Ştiinţifică, Bucureşti, 1957, pp. 87-104 – *n. trad.].*

naturii. Contra ideii că valoarea tehnicii ţine de modul cum e folosită şi că puterea ei este total supusă voinţei omului, Herbert Marcuse a atras atenţia asupra faptului că: „nu doar utilizarea ei, ci tehnica însăşi constituie deja dominare (asupra naturii şi a oamenilor)”.[1] Astfel, tehnica răspunde „unui proiect socio-istoric: în ea se proiectează ceea ce societatea şi interesele dominante intenţionează să facă din oameni şi lucruri”.[2] Dar aceste interese sunt legate de o suprastructură (în acelaşi timp politică şi economică), care domină persoanele şi în mare parte le este impusă. Acest lucru este adevărat *a fortiori* pentru tehnicile utilizate de sistemele de comunicare, la care Edward T. Hall a subliniat „dimensiunea ascunsă”.[24] [25] [26]

Marshal McLuhan, care a fost un pionier şi rămâne o referinţă de neocolit în ce priveşte reflecţia asupra *media,* s-a opus, ca şi ei, opiniei generale, potrivit căreia valoarea şi efectele acestor *media* ar depinde exclusiv de modul folosirii lor, care stă în stăpânirea fiecăruia dintre noi. El constată că toate tehnicile utilizate de colectivitate creează încetul cu încetul un mediu uman totalmente nou, care sfârşeşte prin a li se impune tuturor. Preceptul central din celebrul său

24 *'L'Homme unidimensionnel.* Editions de Minuit, Paris, 1966.

Hbid.

25 *La. dimension cachée,* Édition du Seuil, Paris, 1971. A se vedea şi: *Au-delà de la culture,* Éditions du Seuil, Paris, 1979; *Le langage silencieux,* Éditions du Seuil, Paris, 1984.

26Ediţia a Il-a, New York, 1965; tr. fr. Paris, 1968.

eseu *Să înţelegem noile media* ‘ este rezumat în formula „mijlocul de transmitere a mesajului este însuşi mesajul”.[27] Mesajul pe care îl vehiculează un mijloc oarecare de transmitere a acestuia pare a fi esenţial. Dar, după McLuhan, avem de-a face aici cu o iluzie optică. Mijlocul de transmitere are în sine un impact cu mult mai mare decât mesajul asupra modului de viaţă a indivizilor, asupra modului lor de gândire şi de acţiune, un impact cu mult mai mare decât mesajul. Intr-adevăr, mesajul este variat şi se schimbă necontenit, fapt care îi relativizează importanţa şi îi slăbeşte impactul, în timp ce mijlocul de transmitere impune o structură constantă, care marchează profund societatea şi pe membrii săi, şi încet-încet le transformă.

> Este fără îndoială surprinzător, scrie McLuhan, să-ţi dai seama că în realitate şi în practică, adevăratul mesaj este însuşi mijlocul de transmitere a mesajului, adică să-ţi dai seama pur şi simplu că efectele unui mijloc de transmitere asupra individului şi societăţii depind de schimbarea de nivel pe care o produce fiecare nouă tehnologie, ca prelungire a noastră, în viaţa noastră.[28]

Afirmaţia că „mijlocul de transmitere a mesajului este mesajul însuşi” înseamnă că „mijlocul de transmitere a mesajului este cel care

27[1] *Op. cit.,* p. 25. De exemplu, în ce priveşte tehnologiile, „calea ferată nu le-a adus oamenilor [ca noutate] nici mişcarea, nici transportul, nici roata, dar ea a accelerat şi a amplificat nivelul funcţiilor umane existente, a creat forme noi de oraşe şi noi modalităţi de lucru şi de destindere” *(ibid.,* p. 26).

28*Ibid.,* p. 27.

creează moda şi determină nivelul activităţii şi al relaţiilor dintre oameni. Conţinutul sau folosirea noilor *media* sunt diverse şi fără efect asupra naturii relaţiilor umane. Intr-adevăr, una dintre principalele caracteristici ale noilor *media* este aceea că natura lor este camuflată de conţinutul lor."[2] McLuhan denunţă cu severitate iluzia celor care, fixându-se doar pe conţinutul noilor *media,* cred că valoarea şi efectele lor depind de puterea noastră de a le utiliza după cum dorim:

> Atitudinea noastră tradiţională faţă de media, care constă în a spune că ele au valoarea pe care noi le-o dăm prin ceea ce facem din ele, este atitudinea tipică de toropeală a unor înapoiaţi din punct de vedere tehnologic cum suntem noi. „Conţinutul" unui mijloc de transmitere a unui mesaj, în realitate, este pentru minte bucata de carne cu care hoţul îl momeşte pe câine, ca să-i distragă atenţia.[29]

Precum Marcuse şi Hali, McLuhan subliniază puterea pe care *media,* prin structura şi modul lor de funcţionare, o au asupra noastră, fără să ne dăm seama: „toate mediile au această putere de a impune oricui nu este atent principiile pe care se sprijină".[30] Din cauza inconştienţei noastre, *media* ne-au înglobat în sistemul lor de organizare şi ne-au făcut prizonierii lui: „supunerea inconştientă şi docilă în faţa şocului produs de *media* a făcut din ele închisori fără ziduri pentru cei care le

29 Observaţie din *op. cit.,* p. 36.
30[1] *Ibid.,* p. 33.

folosesc”.[31]

Mijlocul de transmitere a mesajului fiind mai important decât mesajul, „nu la nivelul ideilor şi al conceptelor se produc efectele tehnologiei; raporturile dintre simţuri şi modelele de percepţie sunt cele pe care tehnologia le schimbă puţin câte puţin, fără să întâmpine nici cea mai mică rezistentă”.[32]

Mai recent, Nicolas Carr, într-o celebră lucrare intitulată *Internetül prosteşte?,* a arătat, plecând de la experienţa sa personală şi sprijinit pe numeroase studii, cum Internetül, mijlocul de transmitere de informaţii cel mai utilizat în prezent, alterează structura creierului şi-i modifică în profunzime diferitele funcţii:

> Un lucru este foarte clar, scrie el: dacă, ştiind ce se cunoaşte azi despre plasticitatea creierului, aţi căuta să inventaţi un dispozitiv care să recableze circuitele noastre mintale cât se poate de repede şi de complet, veţi ajunge probabil să concepeţi ceva care ar semăna mult cu Internetül şi care ar funcţiona ca el. [...] În afara alfabetelor şi a sistemelor digitale, Netul ar putea fi într-adevăr tehnologia cea mai puternică de modificare a minţii, din câte au ajuns vreodată să fie utilizate pretutindeni. Cel puţin, este cea mai puternică tehnologie după apariţia cărţii.[33]

Această analiză poate fi extinsă asupra

31 *Ibid.,* p. 39.
32 *Ibid.,* p. 37.
33 N. CARR, *Internet rend-il hete?,* Róbert Laffont, Paris, 2011, p. 168.

diferitelor alte *media,* asociate cu Internetül.

Cum bine observa McLuhan, impactul noilor *media* nu se limitează la viaţa psihică sau intelectuală a indivizilor, ci afectează modul de viaţă şi gândire al întregii societăţi.

Werner Heinsenberg, în eseul său *Natura în fizica contemporană,* nota de o manieră generală că schimbările tehnice transformă nu doar modul obişnuit de viată, ci şi modelele de gândire şi scara valorilor din societatea care le operează.[34]

Dar încă în Antichitate existau înţelepţi conştienţi de înrâurirea rea pe care până şi tehnica cea mai rudimentară putea s-o aibă asupra vieţii psihice, afective, intelectuale şi spirituale. Iar dezvoltarea tardivă a tehnicii în istorie se datorează, fără urmă de îndoială, nu atât incapacităţii societăţilor tradiţionale[35] de a o inventa, cât reticenţei lor de a o pune în lucrare, printr-o adevărată premoniţie a efectelor ei devastatoare asupra vieţii lăuntrice a fiinţei umane. Iată, în această privinţă, o semnificativă apoftegmă scoasă din comoara înţelepciunii chineze antice:

> Tze-Kung, discipolul lui Confucius, întorcându-se din principatul Tch'u în principatul Tsinn, aproape de râul Han văzu un om care îşi uda

34Editura Gallimard, Paris, 1962, pp. 25-28.

35 În sensul pe care îl dă Mircea Eliade acestei expresii, opunându-le societăţilor moderne.

'TCHOUANG-TZEU, *Nan-hoa-tchen-king,* Capitolul 12K, în L. WIE- GER, *Les Peres du système taoïste,* Editions Les Belles Lettres, Paris, 1950, pp. 300-301 (traducere modificată).

grădina, în care săpase un şanţ pentru apă. Bătrânul se cobora în puţ, îşi umplea găleata cu apă, se aburca cu ea în braţe, apoi o vărsa în şanţ. O trudă istovitoare, cu puţin spor. Tze-Kung îi spuse: „Ai putea să umpli o sută de şanţuri într-o singură zi. Vrei să ştii cum? Iei o prăjină, îi agăţi o piatră la un capăt, iar la celălalt prinzi găleata. Aşa, poţi scoate apa iute ca dintr-un izvor. Asta se cheamă fântână cu cumpănă." Atunci, bătrânul spuse: „Am învăţat de la maestrul meu că cine se foloseşte de o maşinărie ca să-şi facă lucrul său, îl face ca o maşinărie, iar cel care îşi face lucrul său ca o maşinărie, ajunge să aibă un suflet de maşinărie, iar cel care are în pieptul lui un suflet de maşinărie îşi pierde curăţia de prunc. Cel care şi-a pierdut curăţia are mişcările sufletului său tulburate. Iar tulburarea sufletului său împiedică sălăşluirea în pace a Principiului în inima sa. Nu că n-aş cunoaşte lucrul de care mi-ai vorbit, dar m-aş ruşina să-l folosesc." Uimit, Tze-Kung, plecându-şi capul, tăcu, fără să mai spună nimic.[1]

Acest text este foarte semnificativ, pentru că vorbeşte deopotrivă despre capacitatea unei tehnologii de a-l forma pe cel care o utilizează după chipul ei, de a-l face să-şi piardă anumite stări fireşti, de a-i aduce frământare în suflet şi de a-i tulbura legătura cu Dumnezeu.

Se poate de asemenea menţiona capacitatea noilor media de a crea noi necesităţi, chiar şi atunci când ne dau impresia că răspund unor necesităţi mai vechi. RafFaele Simone propune astfel să se vorbească nu despre „adaptare", ci

despre „exaptare”, pentru a sublinia că în acest caz
organul este cel care crează funcţia, şi nu invers. El scrie în acest sens:

> Ubicuitatea noilor *media* produce o reţea de o asemenea densitate, încât produce la utilizatori un gigantic lanţ de „exaptări”. Cantitatea de nevoi care se iveşte astfel este de aşa natură, încât e dificil să i se dea o explicaţie în câteva cuvinte. Nevoia de a vorbi la telefon s-a născut dintr-o reprimare de-a lungul secolelor sau, de fapt, ea s-a născut *ex novo* din posibilitatea de a deţine un aparat mobil accesibil ca preţ ? În ce străfunduri ale omului sta ascunsă spectaculoasa nevoie de comunicare pe care o observăm în întreaga lume de când există telefonul mobil? Nevoia de a trimite mesaje SMS (miliarde şi miliarde în fiecare zi, peste tot globul) zăcea ea oare nesatisfâcută în adâncul inconştientului uman, sau a fost creată piesă cu piesă de faptul că avem la îndemână o resursă tehnică? Nevoia de a asculta muzică în orice loc, în orice clipă, era ea oare reprimată cu forţa, sau a fost de fapt indusă *ex novo* prin crearea de aparate portabile care permit stocarea şi audierea pieselor muzicale ? Nevoia de a vedea şi a fi văzut *on line* era ea oare tăinuită în adâncurile obscure ale minţii, aşteptând să iasă la iveală, sau naşterea ei se datorează de fapt exploziei planetare a fotografiilor digitale? Cred că răspunsul corect la toate aceste întrebări este cel de-al doilea. În acest caz, modernitatea tehnologică a dat loc unei gigantice „exaptări” a

speciei noastre.[36]

Dar trebuie mai cu seamă subliniată influenţa noilor *media* în modelarea facultăţilor celor pentru care ele au devenit adevăraţi idoli[37], prefigurată în mod premonito

36 *Pris dans la Toile. L'espritaux temps du Web.* Gallimard, Paris, 2012, pp. 21-22.

37 Aceasta nu priveşte doar persoanele dependente („addicts"), ci, în- tr-o anumită măsură, pe toţi utilizatorii, căci – notează McLuhan – „su- punându-ne neîntrerupt tehnicii, devenim servo-mecanisme. Iată de ce, dacă vrem cu orice preţ să utilizăm aceste obiecte – aceste prelungiri ale noastre –, atunci trebuie să le slujim ca unor zeităţi, să le cinstim ca pe nişte religii" *{op. cit.,* p. 66). Caracterul religios al noilor *media* şi al utilizării lor a fost puternic subliniat de Philippe BRETON în cartea sa *Le Culte de l'Intemet. Une menace pour le lien social?,* La Decouverte et Syros, Paris, 2000. Vom reveni asupra acestui subiect.

riu în Scriptură, în aceste versete din Psalmul 113,12-16: „Idolii neamurilor sunt argint şi aur, lucruri de mâini omeneşti. Gură au şi nu vor grăi; ochi au şi nu vor vedea; urechi au şi nu vor auzi; nări au şi nu vor mirosi; mâini au şi nu vor pipăi; picioare au şi nu vor umbla, nu vor glăsui cu gâtlejul lor. Asemenea lor să fie cei ce-i fac pe ei şi toţi cei ce se încred în ei.”

în spatele varietăţii mesajelor şi al impactului acestora, la noile *media* există o structură proprie şi un mod de funcţionare care, prin exigenţele lor (mai ales cele privind reactivitatea şi ritmul) şi prin efectul repetiţiei şi al obişnuinţei instituit de ele, influenţează felul în care noi vedem lumea, percepem spaţiul şi timpul, ne organizăm existenţa, abordăm realitatea şi persoanele apropiate sau îndepărtate cu care coabităm. Această influenţă nu este minoră, ci, după cum vom vedea în capitolele următoare, modifică şi formatează încetul cu încetul, într-un mod nou, raportul nostru cu corpul, fiziologia corporală (cea a conexiunilor cerebrale, a simţurilor, a reflexelor şi mis- cărilor noastre), viaţa noastră psihică (în funcţiunile sale care privesc voinţa, dorinţa, memoria şi imaginaţia, în reacţiile emotive şi în sentimente), viaţa intelectuală şi spirituală, precum şi felul nostru de a fi în relaţie cu noi înşine, cu ceilalţi şi cu Dumnezeu, până la a constitui un nou tip de fiinţă omenească, *homo connecticus.*

III

NOII MEDIATORI DEVENIŢI TIRANI

„Şi-i sileşte pe toţi, pe cei mici şi pe cei mari, şi pe cei bogaţi şi pe cei săraci, şi pe cei slobozi şi pe cei robi, ca să-şi pună semn pe mâna lor cea dreaptă sau pe frunte, încât nimeni să nu poată cumpăra sau vinde, decât numai cel care are semnul, adică numele fiarei, sau numărul numelui fiarei" *(Apocalipsa* 13,16-17) „Cred că majoritatea oamenilor nu doresc ca Google să le răspundă la întrebări. Ei doresc pur şi simplu ca Google să le spună ce să facă" (Eric Schmidt, preşedintele consiliului de administraţie Google).

NOILE MEDIA, REPERE OBLIGATORII ŞI MEDIATORI POLITICI, ECONOMICI ŞI SOCIALI

Noile *media,* au devenit repere majore şi mediatori din ce în ce mai indispensabili în domeniul politic, economic şi social.

Medierea se exercită în dublu sens. Pe de o parte, operatorii economici le folosesc în interesul lor, pentru a-şi dezvolta activitatea comercială. Nu e vorba doar de faptul
că s-a dezvoltat comerţul *on line,* dar efectiv este imposibil să procuri anumite produse sau servicii iară să accesezi Internetül.

Tot aşa stau lucrurile când e vorba de anumite servicii care ţin de administraţia publică, care

impun completarea unor formulare *on line.*

Mobilul a devenit indispensabil pentru cumpărăturile pe Internet în cadrul sistemelor de securizare a plăţilor, iar dispariţia biletelor din transportul în comun îl va face în curând indispensabil şi în aceste domenii, în care folosirea lui s-a răspândit deja foarte mult.

Este foarte probabil ca, într-un viitor apropiat, plăţile care se fac azi prin cârd bancar să se facă prin intermediul unor cip-uri plasate pe orice obiect conectat la Internet, care ulterior vor fi introduse în corp sub forma unor implanturi, aşa cum a început deja să se practice în Statele Unite. Medierea îşi va atinge atunci punctul culminant, profeţită în aceşti termeni în cartea Apocalipsei:

> Şi-i sileşte pe toţi, pe cei mici şi pe cei mari, şi pe cei bo- gaţi şi pe cei săraci, şi pe cei slobozi şi pe cei robi, ca să-şi pună semn pe mâna lor cea dreaptă sau pe frunte, încât nimeni să nu poată cumpăra sau vinde, decât numai cel care are semnul, adică numele fiarei, sau numărul numelui fiarei. (13,16-17)

A devenit deja indispensabilă conexiunea la Internet şi mai ales posedarea unui telefon mobil pentru a putea aspira la anumite joburi, scopul subiacent al angajatorilor fiind acela de a-i avea pe salariaţii lor permanent la dispoziţie, inclusiv în afara orelor de program.

Sistemul şcolar şi universitar impune, la rândul său, deţinerea unui calculator conectat la Internet, nu numai pentru desfăşurarea activităţilor de

cercetare, ci şi pentru accesul la documentele puse la dispoziţie de profesori sau la temele de lucru, la testele sau examenele *on line.*

Unele şcoli solicită în plus calitatea de membru într-o reţea de socializare, ca semn al motivării şi angajamentului studenţilor.[38]

În toate aceste cazuri, medierea ia forma unei obligaţii impuse de operatorii economici sau sociali, de a deţine şi a folosi noile *media.,* ca factori indispensabili de integrare în instituţii şi în funcţionarea lor.

Dintr-un cu totul alt punct de vedere, în domeniul politic, noile *media* sunt folosite de guvernanţi, de stat sau de cei care aspiră la putere, ca mijloace de propagandă politică, de condiţionare sau de supraveghere.

Dinspre partea utilizatorilor, vedem că aceştia se servesc de noile *media* în calitate de mediatoare nu doar pentru că le sunt impuse ca atare, ci şi fiindcă simt în mod subiectiv această nevoie, pentru a se localiza în spaţiu în absenţa unui alt mod de mediere.

Telefoanele mobile au devenit mijloace de a se localiza fizic şi geografic graţie sistemului GPS, a aplicaţiei „Plan” (în Franţa), sau pentru a căuta o adresă. În fiecare lună, un miliard de persoane încredinţează aplicaţiei Google Maps sarcina de a-i orienta şi de a le stabili un itinerariu.

38 Din această cauză, recent, unui student de la Universitatea din Angers i-a fost refuzată înscrierea la masterat pentru că nu avea un cont pe Twitter.

În cadrul familiei, telefoanele mobile au devenit, nu doar prin apeluri, ci şi prin sistemele lor de localizare, un mijloc a şti unde se află fiecare dintre membrii ei. Intr-un astfel de nou sistem de supraveghere a copiilor şi adolescenţilor, aceştia îşi văd diminuate autonomia de care au nevoie pentru a se maturiza şi sentimentul de libertate de care au nevoie pentru a se împlini.

DEPOSEDAREA DE VIAŢA PERSONALĂ

Calculatoarele, tabletele sau smartphone-urile au devenit astfel instrumente care permit situarea din punct de vedere psihologic, intelectual, cultural şi chiar spiritual. De la ele se aşteaptă răspunsul la toate întrebările pe care cineva şi le pune pe moment, fapt care conduce la o sărăcire a relaţiilor cu ceilalţi, la abandonarea recursului la textul scris, la absenţa eforturilor de obţinere a unor competenţe şi totodată la o anumită lene de a găsi în sine resursele necesare pentru aceasta.

Marile întreprinderi care dirijează producţia, folosirea şi conţinutul noilor *media* fac şi organizează totul pentru ca utilizatorul să fie deposedat de gestionarea celor din jurul său: obiectele conectate şi robotica casnică informatizată sunt în mod abil prezentate ca instrumente de facilitare a vieţii materiale şi – lucru care sensibilizează mai mult – ca un ajutor preţios într-o situaţie de handicap, care permite păstrarea sau

redobândirea autonomiei. În realitate, e vorba de dorinţa acestor mari concerne de a prelua controlul asupra funcţionării ansamblului, cu scopul de a înmagazina beneficiile legate de cumpărarea produselor de bază şi a consumabilelor, de a ajusta cât mai bine exploatarea lor economică şi de a strânge o multitudine de informaţii pe care le pot vinde diverşilor prestatori. Aceste două scopuri din urmă se urmăresc prin instalarea obligatorie în toate gospodăriile a unor contoare inteligente[39], capabile nu doar să identifice durata perioadei de consum, ci şi să recunoască diferitele aparate conectate la reţeaua electrică, precum şi momentul şi timpul cât funcţionează. Un alt exemplu: dacă Google depune atâtea eforturi să realizeze o maşină autonomă, care transformă şoferul în pasager, aceasta nu este, evident, în scopul filantropic de a-i asigura liniştea şi odihna, ci în acela de a strânge date comercializabile privind utilizarea vehiculului (cât timp funcţionează pe zi, destinaţii preferate, traseul folosit în mod obişnuit, numărul de pasageri, posturile de radio, emisiunile sau melodiile preferate etc.). Aceste mari firme au

39 Fiecare aparat – de la imprimantă la frigider, trecând prin filtrul de cafea şi maşina de spălat – este programat să comande automat pe Internet produsele necesare pentru funcţionarea lui. (O notă a traducătorului: Recent, un dispozitiv casnic de acest fel a efectuat în mod greşit o comandă, luându-se după o voce auzită la televizor. A se vedea: http://www.dailymail.co.uk/news/article-4100446/How-Amazon-s-gadget-blows-cash-listening-TV-Owners-left-pocket-device-ordered-dol- lhouses-discussed-news-show.html).

prevăzut totul pentru ca individul să nu mai fie stăpân pe corpul său: feluritele obiecte conectate la corp

- în primul rând ceasurile de tip e-watch şi analogele sale
- au devenit nu doar mijloace de a colecta preţioase date care se pot vinde (referitor la sănătatea şi consumul corpului), dar şi antrenori *(coachs)* în activitatea fizică şi în comportamentul alimentar. Milioane de utilizatori se supun orbeşte exigenţelor dietetice comandate de obiectele conectate (exigenţe stabilite în funcţie de greutatea corpului, de masa adipoasă, de cea musculară, de numărul de calorii absorbite, de activitatea fizică şi caloriile consumate), precum şi tiraniei numărului de paşi ce trebuie facuţi de-a lungul zilei.

Noile *media* dirijează de asemenea alegerile lui *homo connecticus* în ce priveşte cumpărăturile în domenii din cele mai diverse, nu doar prin intermediul numeroaselor site-uri comparative (legate în realitate de anumiţi producători şi prestatori de servicii comerciale, care propun ierarhii conforme cu propriile interese), ci şi prin sugestiile propuse în urma evaluării profilului consumatorului pe baza analizării datelor înregistrate în prealabil.

Homo connecticus ajunge astfel să-şi încredinţeze acestor Big Data (colecţiile de date ale marilor corporaţii care gestionează noile *media)* o parte tot mai mare din viaţa sa cotidiană,

nu doar în aspectele sale materiale, ci şi în cele culturale. Uneori, el îşi încredinţează chiar şi viaţa afectivă cea mai intimă: site-urile de întâlniri aşa-zis „amoroase”, care au scopul de a oferi sufletului însingurat, pe baza calculului digital al parametrilor personali, partenerul ideal, au cunoscut o dezvoltare considerabilă în reţea.

OMUL EXTRO-DIRIJAT

Noile *media* au devenit adevărate GPS-uri pentru gândirea şi acţiunea umană, care permit insului să găsească în exterior o direcţie pe care altădată o căuta în sine sau printre cei apropiaţi. Philippe Breton scrie pe această temă:

> O caracteristică a tentativei de absorbire a lumii de către *media* este importanţa pe care o capătă în calitate de sisteme de orientare externă a acţiunii umane. [...] *Media* au devenit azi de neocolit, căci ele sunt de-acum singurul spaţiu în care aflăm informaţiile ce permit descifrarea diverselor universuri în care evoluăm.[40]

în analiza pe care o face societăţii moderne într-o epocă în care *media,* digitale încă nu existau, David Riesman a sesizat cu acuitate deosebirile care începeau să se manifeste între un om intro-dirijat *(inner-directed),* adică dirijat din interior, capabil să dispună de un „giroscop” intern pentru că îşi dobândise autonomia asimilând principiile de orientare stabile, moştenite din mediul familial

40 *L'Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»,* La Découverte, Paris, 1997, pp. 150-151.

inserat într-o tradiţie (care îl făcea totodată *tradition-directed),* şi omul modern, extro-dirijat *(other-directed),* adică omul care a ajuns dependent de sisteme de orientare sau de repere externe, pentru care radarul a înlocuit giroscopul.[41]

Din observaţiile precedente rezultă că noile *media* au produs un sistem de alienare iară precedent, dându-i totuşi insului iluzia că puterea şi libertatea lui au sporit.

41 *La Foule solitaire. Anatomie de la société modeme,* Arthaud, Paris, 1964. Ediţia originală americană datează din 1950.

IV

DEZINTEGRAREA CULTURII

„Din punct de vedere comercial, cultura constituie un dezavantaj" (Bernard Pivot, *Le metier de lire)*

Noile *media,* joacă în viaţa culturală (în sens general) un rol de prim-plan. Ele au facilitat, iară nici o îndoială, accesul unui mare număr de persoane la informaţie şi la cultură, sub diferitele ei forme, mai ales ca urmare a desfiinţării distanţelor şi costurilor, a capacităţii lor de a integra diverse *media* (texte, imagini, sunete...), a puterii lor de difuzare şi re-difuzare, a capacităţii lor de stocare şi de a pune permanent la dispoziţie un număr nelimitat de date, şi ca urmare a posibilităţii pe care ele o oferă fiecărei persoane, conform nivelului şi nevoilor proprii, de a-şi însuşi aceste date prin descărcarea lor, pentru a-şi constitui o bază documentară, o bibliotecă, o discotecă sau o cinematecă personală. Ele au permis de asemenea schimbul pe scară largă între diverse culturi, transformând, şi în acest domeniu, „lumea într-un sat", în care toti se întâlnesc şi se cunosc între ei.

Acest nou peisaj nu este însă atât de idilic pe cât pare la prima vedere.

REDUCEREA CALITĂŢII ŞI A FIABILITĂŢII INFORMAŢIEI

Unul dintre sectoarele vieţii culturale cel mai puternic marcat de noile *media* este cel al informaţiei, care pare a fi obţinut de la acestea multe avantaje, dar care a suferit şi multe prejudicii.

Televiziunea

În cursul ultimelor două decenii, televiziunea a cunoscut o dezvoltare care aprioric părea favorabilă informaţiei, concepută la modul general, adică implicând domeniul cultural şi nu doar cel referitor la ştirile de strictă actualitate. Au apărut o serie de canale culturale care nu sunt strict specializate *(ÇA Arte* în Franţa şi Germania) sau specializate (ca posturile dedicate muzicii clasice, istoriei sau geografiei) sau semi-culturale (precum Canalul 5, în Franţa), oferind o alternativă la marile posturi de stat sau privite, care nu sunt strict specializate. Dar, de fapt, acestea din urmă atrag cel mai mare număr de telespectatori, în timp ce primele nu reţin atenţia decât unei minorităţi cultivate şi există numai datorită masivelor subvenţii publice (ca şi în cazul posturilor de radio dedicate culturii, cum sunt în Franţa *France Culture* sau *France Musique).*

Marile canale TV nespecializate joacă un rol considerabil în difuzarea informaţiei şi ele sunt cele care pun mai multe probleme în ceea ce priveşte calitatea ei.

Televiziunea a apărut ca o formidabilă sursă de informaţie, pentru că ea poate să ofere înregistrări video ale evenimentelor prezentate, aducând în plus, faţă de emisia sonoră a posturilor de radio, imagini, şi oferind o reprezentare a faptelor mai completă şi mai vie decât fotografiile din ziare şi reviste. Televiziunea, de asemenea, poate realiza reportaje care combină imagini filmate la faţa locului cu imagini de arhivă, mărturii şi comentarii diverse. „Televiziunea şi-a câştigat un rol de pilot în materie de informare datorită monopolului deţinut asupra imaginii animate, obligând celelalte *media* s-o imite sau să rămână în urmă.”[42]

Dând impresia, prin forţa imaginii, că se află în inima realităţii, televiziunea pare că acreditează tot ce prezintă, şi cele acreditate în acest fel apar în mod spontan ca adevărate pentru spectatorul obişnuit (de unde şi expresia populară „E adevărat, am văzut eu la televizor!”).

Legătura stabilită între imagine şi realitate este atât de puternică, încât realitatea unui eveniment de la care nu există decât puţine imagini este diminuată, iar un eveniment pentru care nu avem deloc imagini este aproape ignorat.

Televiziunea include însă o serie de factori care limitează gradul de credibilitate al informaţiilor transmise:

1) o subordonare faţă de puterea politică, evidentă în cazul posturilor publice, dar sesizabilă

421. RAMONET, *La Tyrannie de la communication,* Gallimard, Paris, 2004, p. 81.

şi în cazul celor private[43];

2) o subordonare aproape totală faţă de puterea economică, care apare în mod clar în ce priveşte posturile private (care sunt înfiinţate sau cumpărate, apoi întreţinute de marile grupuri industriale sau financiare), dar perceptibilă şi în cazul posturilor publice (ale căror venituri din publicitate depind de firmele private).

Subordonarea televiziunii faţă de puterea politică face ca ea să joace un rol activ în propagandă şi în dezinformare[44], un rol care fireşte nu-i este propriu, dar pentru care ea pune în lucrare marea forţă a imaginii şi manipulările la care aceasta se pretează foarte uşor.

Subordonarea televiziunii faţă de puterea economică a avut efecte încă şi mai déstructurante pentru viaţa culturală. Veniturile din publicitate fiind direct proporţionale cu nivelul de audienţă (care este în permanenţă măsurat şi comunicat posturilor TV), posturile de televiziune au tot interesul să atragă un public cât mai numeros, ceea ce implică conceperea de emisiuni accesibile şi interesante unui cât mai mare număr de persoane. Acest dublu obiectiv implică în mod

43 A se vedea între alţii S. HALIMI, *Les nouveaux chiens degarde,* ed. a Il-a, Liber-Raisons d'agir, Paris, 2005.

44A se vedea între alţii H.P. CATHALA, *Le Temps de la désinformation,* Stock, Paris, 1986; G. DE SÉLYS (éd.), *Médiamensonges,* EPO, Bruxelles, 1990; S. HALIMI, *L'Opinion, ça se travaille,* ediţia a 5-a, Agone, Marseille, 2006.

' *La Tyrannie de la communication,* Gallimard, Paris, 2004, p. 53.

r *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?,* La Découverte et Syros, Paris, 2000, p. 66.

necesar o nivelare intelectuală, culturală şi lingvistică până la cel mai mare numitor comun, ca şi o tematică ce corespunde celor mai de rând interese, preocupări, dorinţe şi pasiuni. E vorba de a evita orice moment nu numai de plictiseală, ci şi de efort pentru telespectatori, şi de a le oferi maximum de divertisment şi de plăcere, în contrast cu grijile vieţii de zi cu zi. Este motivul pentru care majoritatea emisiunilor sunt ficţiuni (filme şi seriale) care plonjează spectatorul într-o altă lume (aju- tându-l să-şi suporte existenţa prin faptul că-l face să viseze la o viaţă care se presupune a fi mai bună sau arătându-i că alţii au o viaţă mai grea decât a lui), emisiuni de varietăţi, jocuri sau *reality show.*

în ceea ce priveşte informaţia, goana după audienţă conduce la alegerea evenimentelor spectaculoase în detrimentul celor care nu au această calitate, dar adesea sunt mult mai semnificative.

Concurenţa dintre posturile TV le face să caute să transmită noutăţile cât mai rapid sau chiar instantaneu. De mulţi ani televiziunea este dominată de ceea ce Ignacio Ramonet denumeşte „beţia ştirilor în direct”.[1]

Această căutare permanentă de „breaking news” afectează grav calitatea informaţiei. A informa, într-adevăr, nu înseamnă a transmite o informaţie brută. Comunicarea unei imagini sau unui sunet nu este în sine o informaţie. Informaţia constă în situarea evenimentului în contextul său,

în analizarea lui, în evaluarea importanţei şi sublinierea semnificaţiei lui. Orice informaţie implică o verificare şi o reflecţie, iar aceasta presupune o distanţare. Or, starea de urgenţă, presiunea sub care lucrează posturile TV, goana după evenimente „în direct” *(livé)* nu permit aşa ceva. Munca echipei de jurnalişti care a verificat informaţia şi cea a jurnalistului care a „digerat-o” prin analiză şi reflecţie şi care a redactat o prezentare în care şi-a măsurat fiecare cuvânt înainte de a o preda au devenit astăzi chiar adevărate obstacole. Philippe Breton vorbeşte în acest sens despre un „proces de descalificare a intermediarilor” în numele unei pretinse transparenţe şi al unei pretinse circulaţii libere a informaţiei.[2]

îndată ce se produce un eveniment, mai curând decât o analizare la rece, e vorba de plasarea în centrul lui.

Pentru aceasta se trimite rapid o echipă „la faţa locului”; dacă aceasta nu are acces direct la eveniment, este filmat reporterul, a cărui prezenţă pe ecran are rolul de a menţine atenţia telespectatorilor, cărora le spune că aşteaptă din clipă în clipă informaţii mai detaliate...[45] După cum notează Ignacio Ramonet, adeseori capacitatea de

45A devenit un fapt obişnuit ca, atunci când guvernul se exprimă asupra unui eveniment sau urmează să adopte o hotărâre, televiziunile să dea legătura cu un reporter despre care ni se spune că este „la Palatul Elysée” sau „la Ministerul de Interne”, când de fapt el se află pe stradă, ţinut de forţele de ordine la o distanţă respectabilă de acea clădire.

a intra în legătură cu un loc de la capătul lumii devine informaţia principală.[46]

Alteori se pun întrebări prin telefon unui martor oarecare – care adesea n-a văzut ce s-a întâmplat sau n-a văzut decât o parte din cele întâmplate –, care în orice caz nu este în măsură să înţeleagă evenimentul cu profesionalismul necesar, şi nu face decât să ofere câteva impresii fragmentare şi subiective. Numeroase subiecte sunt relatate prin tehnica de interviuri luate direct de pe stradă (a „micro-trotoarelor"), care constă în culegerea de mărturii care să fie diferite, de la trecători mai telegenici, ca şi cum impresiile diverse ale unor persoane oarecare ar putea oferi o viziune completă şi obiectivă asupra unui subiect.

Intervenţia Internetului şi a telefoanelor inteligente în difuzarea instantanee a informaţiei a agravat şi mai mult problema lipsei de credibilitate a surselor, prin adăugarea de fotografii şi înregistrări rupte din context, de zgomote produse artificial şi rumoare de voci, adesea reproduse fără o analiză critică de anumite *media,* pentru a alimenta un flux de informaţie care nu trebuie să se întrerupă şi care are „oroare de vid".[47]

Canalele de informare permanentă, pentru a exista, sunt silite fie să se tot repete (ceea ce însă le scade audienţa), fie să facă dintr-un lucru de nimic o ştire importantă, pentru a da impresia că prezintă o noutate.

46 ^*La Tyrannie de la communication,* Gallimard, Paris, 2004, p. 54.

47 *'Ibid.,* pp. 54-55.

Aproape în toate cazurile când se produce un eveniment, *media* sunt mânate doar de grija de a transmite informaţia „la cald”, şi-l pun pe telespectator în situaţia unei fiinţe perceptive şi emotive, iar nu a unei fiinţe reflexive. Paradoxul este că jurnalistul se pune el însuşi în aceeaşi situaţie.[48]

Aparentul caracter imediat al informaţiilor, care pare să-l plaseze pe telespectator în miezul evenimentelor, nu exclude faptul că ele fac parte dintr-un scenariu – şi că telespectatorul este manipulat –, îndeosebi printr-un comentariu verbal care le supravalorizează – subliniindu-se mai ales caracterul lor inedit sau excepţional – şi le oferă o încărcătură emoţională; pentru că emoţia este şi ea un factor de creştere a audienţei, care trebuie generat şi întreţinut. Această dramatizare contribuie şi ea la golirea de conţinut a informaţiei, pentru că tinde să o eclipseze.

Intr-un capitol intitulat „Implozia semnificaţiei în media”, Jean Baudrillard remarcă faptul că „noi suntem în- tr-un univers unde există tot mai multe informaţii şi tot mai puţină semnificaţie”[49]. „Informaţia îşi devorează conţinutul”, deoarece, „în loc să producă semnificaţie, ea se epuizează în regizarea semnificaţiei”.[50] „Tot conţinutul de semnificaţie este absorbit de forma dominantă a mijlocului de comunicare”, aşa încât „mijlocul de comunicare este singurul care produce

48 *Ibid.,* pp. 113-114.
49 *Simulacres et simulation,* Galilée, Paris, 1981, p. 119.
50 *Ibid.,* p. 121.

evenimentul”[51]. Regăsim aici constatarea centrală a lui McLuhan: *„medium is the message”,* mijlocul de transmitere este însuşi mesajul.

Internetül

Internetül a înmulţit izvoarele de informaţie în toate domeniile şi le-a pus imediat, fără costuri şi fără efort, la îndemâna tuturor. Dar care este calitatea acestor informaţii ?

Web-ul ne furnizează de fapt o lume virtuală nu doar când este vorba de imaginar (filme, jocuri video, fotografii selecţionate şi modificate etc.), dar şi când este vorba de lumea reală, pentru că aceasta ajunge la noi în acest caz printr-o serie de filtre – constituite printr-o percepţie şi o descriere mai mult sau mai puţin corecte, oricum în mod inevitabil subiective şi direcţionare într-un anumit mod – create de cei care produc, transmit şi exprimă informaţia.

Sursele tradiţionale de informaţie nu sunt nici ele, desigur, lipsite de defecte, dar orientarea, modul lor de referinţă şi calitatea lor sunt aprioric cunoscute. Putem merge către ele printr-o alegere bine gândită, în timp ce în cazul unui motor de căutare, la care face apel majoritatea utilizatorilor Web-ului, acesta este cel care alege, dând falsa impresie că paginile prezentate pe primele locuri sunt acolo pentru că sunt cele mai bune. Credem de fapt în mod spontan că lista furnizată de motoarele de căutare corespunde unei clasificări descrescătoare privind calitatea (pentru că aşa

51 *Ibid.,?.* 123.

clasificăm noi informaţiile atunci când le prezentăm altora), când de fapt situaţia nu este deloc aşa.

Când facem o căutare pe un subiect anume, informaţiile apar într-o ordine stabilită de motoarele de căutare (Google, Bing etc.) în funcţie de criterii adesea nu foarte clare (de exemplu, Google a ascuns întotdeauna cu grijă algoritmul care defineşte modul de selecţie şi ordonare), dar având întotdeauna un fond cantitativ şi comercial: vor apărea pe primele locuri site-urile care 1) fie conţin numeroase *link-wă-,* 2) fie sunt frecvent accesate (adesea tocmai pentru că apar pe primele locuri, fapt ce conduce la un cerc vicios!); 3) fie pentru că, după accesare de către utilizator, aduc un comision motorului de căutare, aşa cum se întâmplă în sistemul CPC („cost per clic”, adică suma plătită de firma de publicitate către motorul de căutare sau administratorul site-ului pentru fiecare clic pe un *link* – text, imagine, video – care-l va trimite pe utilizator spre site-ul firmei de publicitate respective).

Este de la sine înţeles de asemenea faptul că în motoarele de căutare apar doar informaţiile de referinţă; ele sunt aproape întotdeauna în funcţie de criterii comerciale (de exemplu, informaţiile despre un scriitor includ în primele locuri librăriile şi nu conţinutul operei sau biografia acestuia; o zonă geografică va fi reprezentată în primul rând de site-urile hotelurilor, restaurantelor şi agenţiilor de turism...). De aceea, referenţierea exprimă

rareori aspectele cele mai caracteristice ale persoanei, obiectului sau evenimentului despre care se caută informaţii, rezultatul fiind o imagine parţială şi părtinitoare.

Motoarele de căutare nu se mulţumesc doar să orien-

>

teze informaţia prin intermediul alegerii paginilor pe care le propun şi al priorităţii pe care le-o acordă. Ele o fac încă şi la nivelul a ceea ce se caută, propunând subiecte şi formulări din clipa în care utilizatorul a început să scrie primele litere. Motoarele de căutare denumesc lucrul acesta „căutare semi-automată" sau „ajutor în căutare", ca şi cum ar fi vorba de un simplu serviciu menit să uşureze sarcina internautului. În realitate, este vorba de dirijarea lui spre anumite pagini, propuse spre consultare din raţiuni comerciale. Sugestiile care i se fac sunt tot mai precise dacă internautul a activat anumite *„cookies",* dacă a autorizat – adică dacă nu a interzis bifând căsuţa necesară în labirintul preferinţelor din *browser-u*l său – ca site-ul să fie păstrat în istoricul căutărilor, şi mai ales dacă şi-a dat acordul de a fi localizat şi a oferit indicaţii privind vârsta, resursele financiare, gusturile, preferinţele sau ideile sale. La majoritatea motoarelor de căutare, acum este imposibil să se dezactiveze căutarea semi-automată. Vedem aici tot pericolul potenţial pe care-l comportă puterea gigan- ţilor mondiali care gestionează informaţia *on line,* ca Google, Yahoo

sau Bing, de a orienta şi manipula – imediat ce s-a formulat cererea – informaţia pe care o oferă miliardelor de utilizatori, în domenii care acoperă nu doar economia, ci şi politica, religia sau cultura.[52] Nu putem fi decât îngroziţi de declaraţia lui Eric Schmidt, preşedintele consiliului de administraţie Google, referitor la anii ce vin: „Tehnologia va fi evoluat atât de mult, încât va fi extrem de dificil ca oamenii să privească sau să consume ceva anume, fără ca acest lucru să nu fi fost deja, într-un mod sau altul, gândit în locul lor."

NIVELAREA CULTURALĂ: EXEMPLUL OFERIT DE WIKIPEDIA

Internetul a produs desfiinţarea enciclopediilor tipărite. Editura care publica una dintre cele mai remarcabile, *Encyclopaedia universalii,* a dat faliment. Era o filială a celebrei *Encyclopaedia Britannica,* care exista din 1768, dar a fost silită să-şi înceteze apariţia în 2012.

Când se caută o informaţie despre un eveniment, o scriere, un autor, astăzi se introduce cuvântul principal în fereastra de căutare Google şi, pe primul Ioc, în 99% dintre cazuri, apare pagina enciclopediei *on line* Wikipedia.[53]

52 Problema este abordată de eseul lui E. MOROZOV, *Pour tout résoudre, cliquez ici!L'aberration du solutionnisme technologique,* Fyp Éditions, Limoges, 2014.

53 Aceasta se datorează faptului că Wikipedia este site-ul care deţine cele mai multe *link*-|*m* către cele mai multe destinaţii. Numărul de *link*-|*în* ale unui site este un parametru

Cu toate că se pot găsi pe Internet articole şi cărţi *{on line* sau care se pot descărca[54]) sau, la nevoie, rezumate ori recenzii, acestea se afişează în josul paginii, după Wikipedia şi toate /zra^-urile comerciale în legătură cu subiectul căutat, încât trebuie să fii un căutător motivat şi răzbătător pentru a ajunge la ele.

Wikipedia a ajuns, de departe, în lumea întreagă – o găsim pe Internet în 280 de limbi – prima sursă de informare atât pentru oamenii obişnuiţi, cât şi pentru elevi şi studenţi. în mod obişnuit, profesorii de diverse nivele se plâng că găsesc frecvent în lucrările elevilor şi chiar în disertaţii, care ar trebui să fie lucrări originale, o mulţime de texte copiate din Wikipedia.

Acest fapt pune probleme nu numai în ceea ce priveşte forma de lucru, pentru care se aşteaptă de Ia elevi şi studenţi un efort personal de cercetare şi elaborare, dar şi la nivelul conţinutului.

Articolele din Wikipedia conţin de fapt numeroase erori şi se înfăţişează adesea ca o adunătură de date în care nu te poţi încrede, lucru ce se explică prin modul în care aceste articole sunt concepute, redactate şi actualizate.

principal în criteriile de căutare Google.

54 Multe instituţii universitare, care publică reviste cu un tiraj confidenţial sau de negăsit, au hotărât să le facă disponibile pe Internet (în Franţa, portalul Persee grupează un mare număr de asemenea publicaţii). Utilizatorul poate descărca multe cărţi vechi de pe site-urile marilor biblioteci sau de la Google. Iar site-ul canadian „Internet Archive" oferă nenumărate documente de orice natură, care pot fi descărcate în diferite formate.

Wikipedia este o enciclopedie *on line* alimentată în permanenţă de internauţi (mai mult de 100.000 de intervenţii pe zi), aceasta înseamnă că noi articole apar necontenit (mai mult de 25.000 zilnic), şi că articolele vechi sunt permanent actualizate.

Enciclopediile clasice de referinţă se supuneau anumitor criterii ştiinţifice. Un „comitet ştiinţific", compus din specialişti din diferite domenii, definea subiectele care urmau să fie incluse, nivelul ştiinţific al articolelor, structura lor, şi pentru redactarea lor erau recrutaţi specialişti renu- miţi sau în orice caz competenţi; articolele erau apoi verificate de redactori ştiinţifici şi armonizate din punct de vedere schematic de echipa editorială.

în cazul Wikipediei, nu este definită aprioric nici o normă ştiinţifică. Există câteva reguli (de exemplu este interzis să se împrumute pasaje din surse externe, care nu pot fi decât citate, redactorii sunt invitaţi să dea referinţe pentru a justifica sau susţine cu argumente afirmaţiile). Există administratori care, fată de redactorii obisnuiti, au atribuţii speciale de intervenţie, dar pe de o parte ei nu sunt selecţionaţi după criterii de competenţă, iar pe de alta ei intervin mai ales asupra formei articolelor, pentru a supune normelor planul, rubricile, ortografia, pentru a decide în caz de conflict (cu toate că în cadrul articolelor pot coexista poziţii divergente) sau pentru a suprima exprimările necuvenite.

Realizarea unui articol trebuie să fie în principiu

aprobată de administratori şi impune tehnic intervenţia lor, dar ceea ce decide crearea unui articol este mai degrabă solicitarea lui de unul sau mai mulţi colaboratori oarecare, şi nu importanţa obiectivă a temei propriu-zise.

Pentru redactarea unui articol nu se cere nici o competenţă. Este suficient să fii interesat de chestiune şi să te oferi ca voluntar să contribui la redactare. Unele articole sunt chiar redactate de grupe de elevi din clasele primare, ca un exerciţiu, şi aceste articole rămân pe site... Nu este posibil nici măcar să verifici *aposteriori* nivelul de competenţă al unui redactor – cu toate că orice modificare lasă urme şi că fiecare articol păstrează pe o pagină paralelă tot istoricul redactării sale –, pentru că majoritatea redactorilor fie folosesc pseudonime, fie sunt nişte necunoscuţi.

Se întâmplă foarte rar ca la redactarea sau corectarea articolelor să intervină specialişti, deoarece Wikipedia are un renume foarte prost în cercurile ştiinţifice, iar marea majoritate a experţilor nu-şi pierd timpul cu aşa ceva.

Multe rectificări sunt efectuate de redactori care nu au mai multă competenţă decât cel care le-a redactat iniţial, şi se întâmplă des ca o informaţie falsă să fie pusă în locul unei alte informaţii false, sau chiar în locul unei informaţii adevărate...

În mod particular se constată la Wikipedia prăbuşirea ierarhiei, care permite evaluarea gradului de autoritate al unei informaţii oferite, deoarece un amator stă pe aceeaşi treaptă cu cel

care este specialist într-o problemă, şi invers. Rezultatul este că multe erori se amestecă cu adevărurile, iar lucrul acesta pune sub semnul întrebării toate paginile.

Dar această problemă există dincolo de Wikipedia, în legătură cu ansamblul datelor existente pe Web. Căutarea executată de un motor de căutare pornind de la un cu- vânt-cheie produce într-o secundă sute, chiar mii de pagini, ierarhizate, în ce priveşte poziţia (de la primul până la ultimul loc), după criteriile cantitative şi comerciale stabilite chiar de motorul de căutare (cum am spus deja), iar nu după gradul de autoritate sau de pertinenţă ştiinţifică.

Stabilirea unei ierarhii care să ţină seama de seriozitatea informaţiilor impune un minimum de cunoştinţe şi de competenţe pe care puţini internauţi le posedă în mod aprioric.

Ce ni se pune instantaneu înainte este un ansamblu cantitativ confuz, în care toate datele sunt plasate la acelaşi nivel.

>

NIVELAREA UNIVERSITARĂ. EXEMPLUL ACADEMIA.EDU

Site-ul „Academia.edu” pare să scape de critica de mai sus. El propune, pentru a fi consultate sau descărcate, articole scrise de specialişti din diverse domenii de cercetare universitare. El face uşor accesibile lucrările cercetătorilor

>

şi le permite schimbul de documente. Dar site-ul prezintă unele puncte slabe.

Chiar dacă pe acest site pot fi găsite exemplare ale unor lucrări publicate mai întâi în reviste ştiinţifice, majoritatea articolelor oferite sunt totuşi inedite. Ele au fost puse pe Internet chiar de autorii acestora. Aşadar, ele nu oferă aceeaşi garanţie de calitate ca articolele publicate în reviste, publicarea lor fiind aprobată de un comitet de redacţie care le-a supus unei lecturi critice.

Autorii prezenţi pe site-ul „Academia.edu" nu au făcut nici ei obiectul vreunei selecţii reale. Un student, sau chiar un simplu amator (bifând căsuţa „cercetător independent") poate să se înscrie şi să publice fără probleme (se poate înscrie chiar folosind un pseudonim!). El este astfel pus pe acelaşi plan cu specialişti recunoscuţi, lucru care ilustrează fenomenul de nivelare înfăţişat mai sus. De altfel, specialiştilor le este din ce în ce mai mult neplăcut să figureze pe acest site. Mulţi dintre cei înscrişi s-au retras. Site-ul pare a fi folosit de fapt de cercetători fără reputaţie sau de studenţi care nu au acces la publicaţii tipărite mai serioase, mai selective şi aflate sub control.

O limită pentru difuzarea articolelor publicate aici o constituie de altfel însăşi forma lor: caracterul lor digital constituie în domeniul ştiinţific un obstacol în ce priveşte folosirea lor în bibliografii şi citarea lor, cu toate eforturile unora dintre protagonişti de a le impune ca atare. Tot aşa stau lucrurile în cazul numeroaselor reviste create

sub formă digitală, fără nici un control şi nici o susţinere academică.

ILUZIILE UNEI CULTURI ŞI ENCULTURAŢII PRIN INTERNET

Lăudătorii Internetului îi atribuie multiple virtuţi în materie de formare intelectuală şi de enculturaţie; potrivit acestora, el ar ameliora performanţele intelectuale, mai ales favorizând *multita.sking-\A* (realizarea simultană a mai multor sarcini) şi, pentru că obligă pe utilizator la analizarea, trierea şi sintetizarea datelor, l-ar pregăti pentru cercetare; ar oferi acces facil şi permanent la conţinuturi culturale bogate şi variate, lucru benefic mai ales pentru tineri. Dar, după cum notează Michel Desmurget, „regimul Internetului în ceea ce-i priveşte pe adolescenţii noştri nu este diferit în mod fundamental de cel al adultilor, el rezumându-se în principal la trimiterea de mailuri, la jocuri *on line,* la *chatt-xal^* prin intermediul mesagerii-

[1] Discuţii în direct, *live.*

lor instantanee, la descărcarea şi audierea de piese muzicale şi vizionarea de secvenţe video, la vizitarea site-urilor comerciale, sportive sau de divertisment.”[55]

ILUZIILE UNEI ŞCOLARIZĂRI

55 7T"*Lobotomie. La venté identifique sur les efifets de la televisión,* ed. a Il-a,J’ai Lu, París, 2013, p. 116 cu bibliografia *ad hoc.*

PRIN INTERNET

Cu sprijinul statelor, motivate de diverşi factori (în primul rând economici[56], politici[57] şi ideologici[58]), folosirea calculatoarelor s-a impus treptat în şcoli, licee şi universităţi. Informatica, apărută mai întâi ca o materie tehnică independentă, s-a răspândit în ansamblul disciplinelor şcolare, inclusiv în cele în care ne-am aştepta cel mai puţin, ca literatura şi filosofía.

Odată cu folosirea Internetului (care se presupune că poate să răspundă la toate întrebările, să furnizeze toate cunoştinţele şi să constituie chiar instrumentul de cerce» , , tare prin excelenţă), informatica *(IT)* a devenit, chiar de la grădiniţă, un factor esenţial al sistemului educaţional, aşa încât cadrele didactice aproape că sunt plasate în plan secund. Numeroase articole şi directive pedagogice chiar au justificat acest rol secundar al celui numit altădată „magistru", înfăţişându-i pe şcolari drept principalii protagonişti în procesul lor de formare cu ajutorul calculatorului, iar pe învăţător ca pe un simplu asistent, sau chiar un simplu însoţitor. Această concepţie descinde de altfel direct din pedagogia modernă – care contrazice întreaga istorie

56 Primul motiv este dezvoltarea economiei prin vânzările masive de calculatoare şi software. În 2005, în Statele Unite „piaţa învăţământului" era estimată la 90 miliarde de dolari. Prima „World Education Market" care s-a ţinut la Vancouver în 2000 a reunit 3000 de specialişti. Al doilea motiv este pregătirea tinerilor pentru un mediu profesional, în care formele de activitate şi ritmul lor sunt definite de noile media.

57 Concurenţa între state şi frica de a fi depăşit în aplicaţiile ştiinţifice, economice şi tehnice ale informaticii.

58 Mitul progresului.

a ştiinţei şi tehnicii, care dezvăluie caracterul lor cumulativ –, potrivit căreia fiecare elev se cuvine să fie mester al uceniciei sale şi inventator al ştiinţei sale. în clasă, nu învăţătorul sau profesorul este privit ca deţinător al cunoştinţelor, ci Internetül, iar elevul, la calculatorul său, este factorul activ al dobândirii lor. Profesorul este acolo numai ca să-i ajute pe elevi la rezolvarea dificultăţilor tehnice care ţin de funcţionarea acestui instrument. Imaginea, locul şi funcţia învăţătorului sunt astfel transformate. Pedagogul devine un agent tehnic, care, în loc să discute faţă în faţă cu elevul, stă alături de el în fata calculatorului. Când elevul ştie suficient de bine să mânuiască instrumentul, profesorul devine inutil – de unde dezvoltarea în societatea modernă a învăţământului la distanţă. în unele cazuri, cursul profesorului este filmat şi difuzat, în direct sau în reluare. În altele, cel mai răspândit, rolul profesorilor se limitează la definirea la început a unei teme de învăţat şi la oferirea unei liste de texte la care studenţii vor avea acces direct, a unui chestionar cu răspunsuri multiple, care poate fi completat *on line,* permiţând efectuarea unui „control al cunoştinţelor". În ambele cazuri se ajunge la o dezumanizare a pedagogiei, la polul opus faţă de*paideia* antică şi de acel lucru pe care se baza orice educaţie eficace şi profundă: relaţia personală între maestru şi discipol, manifestată îndeosebi prin dialog.

Procesul de învăţare prin Internet pune şi alte

probleme, în afară de relaţia cu profesorul. Una dintre acestea este capacitatea elevilor de a stăpâni instrumentul şi de a dobândi un beneficiu din folosirea lui.

Până şi utilizatorii experimentaţi au nevoie de mult timp şi pricepere pentru a găsi pe Internet informaţiile exacte pe care le caută. Pentru că aprioric, pe motoarele de căutare li se pune înainte o masă informă, dominată, de la primele rânduri şi până Ia epuizare, *link-an* comerciale fără legătură cu materiile şcolare sau universitare. Prin jocul legăturilor interne care vin să se adauge acestei mase, internauţii sunt aruncaţi într-un ocean nemărginit şi al cărui străfund nu se poate cunoaşte. Foarte adesea, se practică mai curând surful decât pescuitul, iar dacă nu-i aşa, oricum pescarul prinde numai plevuşcă.

Absenţa unui profesor în calitate de călăuză îi lasă pe elevi în prezenţa unei mulţimi de informaţii parţiale şi fragmentare din care pot face cu greu o sinteză, iar cunoştinţele ajung să li se pară relative, cu atât mai mult cu cât, cum am văzut, Internetül desfiinţează orice ierarhie a cunoaşterii şi nu oferă nici un criteriu pentru restabilirea ei.

EFECTELE NEGATIVE ASUPRA LECTURII

Efectul negativ al noilor media asupra lecturii este un fapt subliniat cel mai adesea. El se manifestă în multe feluri.

Omul conectat citeşte puţin

Numeroasele ore petrecute la televizor au fost nu de mult pentru multe persoane, de toate vârstele, ore petrecute cu lectura. Calculatorul, cu Internetül mai ales, le-a furat multe altele, la fel şi telefoanele inteligente.

Mulţi factori diferiţi oferă o explicaţie pentru faptul că omul conectat nu mai citeşte.

în mod general, omniprezenţa display-urilor, dominarea audiovizualului şi bogăţia de posibilităţi pe care o oferă în plus aparatele multi-media accesibile permanent şi tuturor, în raport cu acest *monomedia* care este cartea, au provocat un reflux al culturii scrise în societatea noastră.

Intr-un mod mai concret, putem constata că ocuparea timpului liber de către noile media aduce un prejudiciu lecturii.[59] Conexiunea permanentă cu diverse media în mod simultan produce o supra-solicitare continuă, puţin favorabilă pentru durata, atenţia şi concentrarea pe care le impune lectura.

Lectura, mai ales din cauza factorilor menţionaţi anterior, impune un efort de care omul modern este tot mai puţin capabil. Lectura plasează persoana într-o permanentă poziţie de participant activ, în timp ce utilizarea noilor media îl plasează în mare parte într-o situaţie de pasivitate care merge în direcţia comodităţii.

Refuzul oricărui efort în faţa atâtor mijloace de

59A se vedea N. CARR, *Internet rend-il béte?,* Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 129-130.

divertisment, mai facile şi mai atractive, explică în mare parte de ce, în primul rând, copiii şi adolescenţii practic nu mai citesc[60], fapt care are în mod evident efecte negative asupra deprinderii lor cu cititul[61] şi cu scrisul, ca şi asupra culturii lor generale; iar ca urmare, va afecta raportul lor cu lectura ca adulţi, deoarece s-a dovedit că gustul pentru lectură şi obişnuinţa de a citi se dobândesc într-o primă perioadă a vieţii.

Un alt motiv, legat de utilizarea Internetului şi a calculatorului în general, este acela că numeroase cărţi există – în versiune oficială sau piratată – sub formă digitală şi pot fi obţinute la preţuri mici, dacă nu sunt gratuite, şi descărcate în doar câteva secunde.

Mulţi studenţi sau chiar profesori sunt cuprinşi de o frenezie a descărcării de fişiere, înrudită cu această adevărată boală care este mania de a colecţiona din domeniul obiectelor, al cărei resort este dorinţa de a poseda şi satisfacţia de a deţine ceva anume sau de a nu fi lipsit de ceva anume, fără nici o legătură cu folosirea efectivă.

Această acumulare de „hrană” neconsumată, dar potenţial consumabilă, poate că are chiar, dintr-o perspectivă metafizică, o legătură cu spaima de moarte intelectuală, căci, observă Michel Bera şi Eric Mechoulan:

60 A se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ed. a Il-a, J’ai Lu, Paris, 2013, pp. 134-141.

61 A se vedea L. LURÇAT, *Des enfances volées par la télévision,* François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 48.

> Poate că trebuie să căutăm sursa acestei frenezii a stocării în frica de moarte, pentru că facem provizii pentru a ne asigura supravieţuirea [...] Câţi colecţionari de discuri şi de filme îşi fac timp să se cufunde în colecţiile lor de pe etajere ? De câte ori în viaţă, omul obişnuit, care şi-a cumpărat o enciclopedie, va consulta cu atenţie volumele care îi decorează rafturile bibliotecii?[62]

încă şi mai mult se pune această întrebare când e vorba de cărţile sau articolele stocate pe *hard disc,* ceea ce face ca existenţa lor virtuală – spre deosebire de cărţi, care, prin existenţa lor fizică, pe rafturile bibliotecii ne aduc aminte de existenţa lor – să fie repede uitată într-o atât de mare abundenţă.

Şi sunt cu atât mai mult uitate, cu cât faptul că avem aceste cărţi în calculator creează falsa impresie că le-am şi citit, de parcă memoria calculatorului s-ar identifica în chip magic cu memoria personală.

Găsim aici transpusă celebra reflecţie a lui Platon cu privire la scris, din *Phaidros,* unde regele Thamus refuză darul scrisului pe care îl inventase zeul Theuth, pe motiv că el le va da celor care-l vor primi iluzia doar a unei memorii şi cunoaşteri:

> „Priveşte, rege, ştiinţa aceasta îi va face pe egipteni mai înţelepţi şi mai cu ţinere de minte; găsit a fost leacul uitării şi, deopotrivă, al neştiinţei.” La care regele a răspuns: „Prea-pricepute meşter Theuth, unul e chemat să nască arte, altul să judece cât anume dintr-însele e

62 *LaMachineInternei,* Odilejacob, Paris, 1999, p. 145.

> păgubitor sau de folos pentru cei ce se vor sluji de ele. Tu, acum, ca părinte al literelor, şi de dragul lor, le-ai pus în seamă tocmai contrariul a ceea ce pot face ele. Căci scrisul va aduce cu sine uitarea în sufletele celor care-l vor deprinde, lenevindu-le ţinerea de minte; punându-şi credinţa în scris, oamenii îşi vor aminti din afară, cu ajutorul unor icoane străine, şi nu dinlăuntru, prin caznă proprie. Leacul pe care l-ai găsit nu e făcut să învârtoşeze ţinerea de minte, ci doar readucerea aminte. Cât despre înţelepciune, învăţăceilor tăi tu nu le dai decât una părelnică, şi nicidecum pe cea adevărată. După ce cu ajutorul tău vor fi aflat o grămadă de prin cărţi, dar iară să fi primit adevărata învăţătură, ei vor socoti că sunt înţelepţi nevoie mare, când de fapt cei mai mulţi n-au nici măcar un gând care să fie al lor."[1]

După cum remarcă Peter Sudermann, calculatoarele au transformat memoria într-un simplu index, iar inteligenţa într-o simplă capacitate de a ne folosi de ea. Prin tot ce-am înmagazinat pe hard disc, sau pur şi simplu prin conexiunea noastră cvasi-permanentă la Internet, fiindcă

> nu mai este deloc eficient să ne utilizăm creierul pentru stocarea informaţiilor. De ce să ţineţi minte conţinutul

'Phaidros, 274-275 [tr. rom. de Gabriel Liiceanu, în: PLATON, *Opere,* IV, Ed. Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti, 1983, p. 485 – *n. trad.}.* unei cărţi când puteţi să vă folosiţi creierul pentru a reţine un ghid rapid printr-o întreagă bibliotecă? În loc să memorizăm informaţia, noi acum o înmagazinăm sub formă digitală, şi ţinem

minte doar numele documentelor salvate.[63]

Ar trebui să precizăm că „e doar posibil" să ne amintim, pentru că frenezia descărcării de fişiere este atât de mare, încât nu lasă loc pentru memorarea personală a titlurilor documentelor.

Omul conectat nu citeşte cum trebuie

Internetül, înainte de a furniza imagini, fişiere video şi sunete, oferă un imens material scris. Nu e nevoie de vreun efort ca să-l găseşti; el ni se propune sau ni se impune de la sine. Pe orice calculator se găsesc diverse programe, *plug-ins-un* şi *apps* (aplicaţii) care dau acces la aceste resurse de text, în toate formele dorite, cu diverse fonturi, negre sau colorate, minuscule sau majuscule.

Tabletele polivalente au fost concepute pentru a permite citirea în mod plăcut a ziarelor, revistelor sau cărţilor.

Tablete special adaptate pentru lectură – *readers* – au fost realizate de fabricanţi (cum este iPad-ul de la Apple) sau de firmele de servicii (cum este Kindle-ul de la Amazon), şi în prezent mai toate redacţiile de ziare, reviste sau cărţi tipărite oferă în paralel şi ediţii digitale care pot fi cumpărate cu bani puţini şi citite pe aceste dispozitive; unele dintre ele posedă un ecran care se apropie foarte mult de aspectul unei pagini de carte tipărită.

Aceste tablete şi aceste *readers* sunt foarte

63 *American Scene,* 10 mai 2009.

[x] *Homo videns. Televisione epost-pensiero,* Laterza, Roma şi Bari, 1998.

comode: fine, uşoare, permit salvarea unui număr mare de cărţi sau reviste şi evită problemele de transport care ţin de volum şi greutate.

Cărţile digitale pot fi cumpărate la un preţ mai mic decât cele tipărite, iar titlurile clasice pot fi descărcate gratuit de la numeroase site-uri.

În mod obiectiv, noile media oferă aşadar aceeaşi cantitate de texte ca altădată şi chiar mai mult, şi toate facilităţile pentru a fi citite.

Şi totuşi, în pofida acestor aspecte pozitive, omul conectat nu doar că citeşte mai puţin, dar el citeşte şi mai prost. Motivul principal este că noile media – mai ales Internetül – au schimbat în realitate modul cum noi înte-

>

gem textele.

Pe ecrane, textele ne apar ca imagini. Faptul că *reader-Ac* de bună calitate oferă pagini care arată aproape ca cele ale cărţilor tipărite, şi texte cu o rezoluţie excelentă nu schimbă nimic din acest punct de vedere: imaginile apar doar cu o rezoluţie mai mare.

Lectura pe ecran a acestor texte care se prezintă ca imagini (iar paginile care urmează, ca imagini succesive) favorizează în noi simţul văzului, un simţ pe care televiziunea şi alte medii audio-vizuale l-au supradezvoltat deja în omul modern, până la punctul de a-l transforma pe *homo sapiens* în *homo videns,* cum a arătat Giovanni Sartori.[1]

Din acest motiv, textul de pe ecran face obiectul

– întocmai ca o imagine – unei parcurgeri de suprafaţă, privirea oprindu-se de obicei doar asupra câtorva rânduri.

Jákob Nielsen, care a studiat 232 de persoane cititoare pe Net, dotate fiecare cu o cameră de luat vederi care urmărea mişcările ochilor, a constatat că marea majoritate nu citea textul rând cu rând, cum ar fi făcut citind o carte, ci trecea cu rapiditate de sus în josul paginii, cu o mişcare ce urma în general forma literei E Citeau, adică, primele rânduri, coborau puţin, citeau partea stângă a câtorva rânduri, apoi coborau de-a lungul părţii stângi a paginii.[64] Acelaşi autor a realizat un al doilea studiu pe baza datelor adunate de cercetători germani care au analizat istoricul calculatoarelor folosite de 25 de utilizatori într-o perioadă în medie de 100 de zile, pentru a stabili timpul dedicat citirii a 59.573 de pagini de Web.[65] Nielsen a constatat că timpul necesar pentru citirea unei pagini creşte cu atât mai mult cu cât sunt mai multe cuvinte pe o pagină; creşterea aceasta însă se produce într-o proporţie foarte redusă, de vreme ce pentru fiecare sută de cuvinte suplimentare internautul nu are nevoie decât de 4,4 secunde în plus ca să parcurgă pagina. Ţinând cont de faptul că un cititor experimentat nu poate citi în 4,4 secunde decât 18 cuvinte, Nielsen

64 «F-Shaped Pattern For Reading Web Content», *Nielsen Norman Group,* 17 aprilie 2006.

65 H. WEINREICH, H. OBENDORF, E. HERDER, M. MAYER, «Not Quite the Average: An Empirical Study of Web Use»,yf *CM Transaction on the Web,* voi. 2, nr. 1, februarie 2008.

ajunge la concluzia că un cititor obişnuit de Web nu parcurge decât 20% din text.[66]

Spre deosebire de lectura la modul clasic, lectură ce se face „pe îndelete", căreia cititorul îi acordă timpul *său,* lectura pe ecran este întotdeauna o lectură rapidă, definită, dacă nu chiar de ritmul impus de media, atunci cel puţin de atmosfera de rapiditate şi reactivitate proprie noilor media, şi de frenezia psihică şi fizică ce însoţeşte în general utilizarea lor.

Cercetătorii germani la care se referă Nielsen au stabilit că majoritatea paginilor de pe Web sunt privite maximum 10 secunde. Mai puţin de o pagină din zece este privită mai mult de 2 minute. Aceste rezultate confirmă una dintre concluziile primului studiu al lui Nielsen referitor la lectura în sine: „în mod limpede, oamenii pro- priu-zis nu citesc nici măcar o secundă pe pagina pe care o vizitează!"

Site-urile Web dispun de programe care măsoară timpul petrecut de fiecare vizitator pe o pagină, dar sunt pudice când e vorba de publicarea rezultatelor care nu le sunt favorabile. ClicTale, furnizor de programe pentru analizarea lecturii paginilor Web ale firmelor, a analizat datele obţinute în lunile mai şi iunie ale anului 2008 referitor la comportamentul a un milion de vizitatori pe site-urile deţinute de clienţii săi din diverse ţări. A reieşit că, în majoritatea ţărilor,

66 «How Little Do Users Read?», *Nielsen Norman Group, 6* mai 2008.

oamenii nu stau, în medie, pe o pagină decât între 19 şi 27 de secunde, în care este inclus şi timpul consumat cu încărcarea paginii (de la 1,1 la 5,5 secunde).[67]

Este paradoxal totuşi faptul că, deşi citesc tot mai repede şi tot mai puţin pe pagina de Internet, cititorii de texte digitale petrec mai mult timp cu cititul decât cititorii de texte tipărite de aceeaşi lungime; aceasta se explică prin faptul că primii se dispersează mult pe paginile unde îi poartă Zz«£-urile, sau, simultan cu lectura, fac şi cercetări complementare, cu ajutorul motorului de căutare.[68]

Lectura pe ecran nu se opreşte deloc asupra cuvintelor sau expresiilor în sine decât atunci când acestea sunt legături de tip hypertext, iar atunci se îndepărtează de ele, sau când acestea corespund cuvintelor-cheie pe care cititorul le avea în minte când şi-a început lectura pe baza unei teme pe care şi-a propus-o.

Este o lectură în care rareori se revine asupra textului citit anterior. Este o lectură care nu îndeamnă la reflecţie. Este o lectură superficială care nu lasă nicidecum loc pentru un efort de înţelegere sau de memorare. Fiecare pagină cere cu nerăbdare pagina următoare, care o aruncă în uitare.

Lectura rapidă, numită „pe diagonală”, nu este,

---

67 «Puzzling Web Habits Across the Globe», *ClicTale Academy Blog,* 31 iulie 2008.

68 A se vedea studiul lui Z. Liu, «Reading Behaviour în the Digital *Emiconme.nt*» *„Journal ofDocumentation,* 61, 2005, pp. 700-712.

desigur, proprie citirii textelor digitale: ea se practica şi în cazul cărţilor tipărite, mai ales al ziarelor. Dar ea era atunci folosită pentru alegerea unor articole interesante pentru noi, pentru ca apoi să ne oprim asupra lor şi să le citim conţinutul cu atenţie, până la sfârşit.

În anumite privinţe, notează Nicholas Carr, a fi în stare să citeşti pe diagonală este la fel de important ca a fi în stare să citeşti în profunzime. Diferit şi supărător este faptul că parcurgerea rapidă e pe cale să devină principalul nostru mod de lectură. Altădată era un mijloc de a ajunge la un scop, o modalitate de a identifica informaţiile menite a fi citite în profunzime; astăzi, acest mod de lectură devine un scop în sine, este metoda preferată pentru a obţine şi înţelege informaţii de tot felul.[69]

Caracterul fizic al cărţii, într-un mod oarecum straniu, acordă greutate şi realitate lecturii, în timp de dematerializarea cărţii într-un *reader* digital sau într-un text pe un ecran face cartea insignifiantă şi face ca textul să-şi piardă o parte din realitatea şi densitatea sa, îl face mai aerian şi mai puţin existent. Mulţi dintre cei care citesc la modul clasic au observat că existenţa fizică a cărţii, posibilitatea de a o vedea în întregimea ei, de a o simţi şi de a o atinge are un rol important nu doar în raport cu cartea, ci şi în raport cu textul şi natura lecturii.

69 Cf. N. Carr, *op. cit.,* p. 197.

O caracteristică a textelor digitale de pe Internei este că ele sunt înţesate de legături de tip hypertext, adică de cuvinte sau expresii-cheie care trimit la alte pagini unde, ca în nişte note de subsol, se pot găsi explicaţii sau informaţii suplimentare.

Dar legăturile de tip hypertext sunt foarte diferite de notele de subsol, care rămân în subsolul paginii, sunt tipărite cu litere mici pentru a ilustra caracterul lor dependent şi secundar în raport cu textul principal, informează în mod rapid, pot rămâne, eventual, necitite, şi nu îndepărtează mult cititorul de textul principal.

Legăturile de tip hypertext par a fi facultative, dar în realitate ele constituie pentru cititor o permanentă ispită. El nu ştie la ce anume trimit şi este tentat să facă clic pe ele, de teamă să nu rateze ceva important, sau pur şi simplu din curiozitate sau din nevoia de distracţie. Concepute pentru a ne capta atenţia, legăturile hypertext au ca efect de fapt tocmai dispersarea atenţiei.

Legăturile de tip hypertext constituie pentru lectură o sursă de permanentă diluare, contribuind şi ele la faptul că lectura pe ecran devine mai puţin serioasă, mai superficială şi, per total, mai puţin profitabilă decât lectura pe hârtie.

Lectura pe ecran conţine de altfel numeroşi factori de dispersare. Unul dintre ei este faptul că o astfel de lectură ne incită mai întotdeauna, prin evocarea unor fapte sau personaje anume, să dorim să cunoaştem mai mult despre ele, navigând

pe Internet cu un simplu clic.

Un alt factor de dispersare este acela că, pe calculator sau pe Internet, căutând ceva, utilizatorul dispune în mod facil de o mulţime de surse şi este adeseori ispitit să treacă de la una la alta, fără să-şi facă timp ca să se oprească pe vreuna.

Lectura digitală este marcată de frenezia şi instabilitatea permanentă care caracterizează toate activităţile legate de media digitale. Ritmul sacadat în care cititorul parcurge într-o clipă scurte extrase din diverse surse ajunge să-i marcheze gândirea însăşi, care, la rândul ei, impune un astfel de ritm când se hrăneşte cu informaţiile din reţea.

Un alt factor important de distragere a atenţiei în actul lecturii este faptul că ordinatorul, tableta sau telefonul inteligent pe care se citeşte, este totodată şi locul unde se primesc mailuri sau SMS-uri. Acestea se anunţă printr-un semnal care a devenit pentru mai toţi cei care le folosesc un apel la o citire imediată a mesajelor.

Lectura digitală este însoţită de o scădere a atenţiei, din cauza acestei epuizări psihice pe care o constituie hi- peractivitatea pe care o implică şi permanentele perturbări prilejuite de mediul digital în care se desfăşoară. Referitor la aceasta, Nicholas Carr scrie astfel:

> Intensa activitate a creierului internauţilor arată de asemenea pentru ce lor le este mai greu să citească în profunzime şi să se concentreze pe o

durată mai lungă atunci când sunt *on line.* Necesitatea de a evalua legăturile şi de a alege aşadar modul de navigare, prelucrând totodată o mulţime de stimuli fugitivi de natură senzorială, impune în permanenţă o coordonare mintală şi procese decizionale, aşa încât creierul nu are cum să înţeleagă textul sau orice altă informaţie. De fiecare dată când, în calitate de cititori, dăm de un *link,* trebuie să ne oprim, fie şi o frântură de secundă, pentru a permite cortexului prefrontal să judece dacă este

cazul să facem clic pe el sau nu. Se poate ca noi să nu ne dăm seama de această deturnare a resurselor noastre mintale, pe care de fapt nu le consacrăm citirii cuvintelor, ci elaborării unei judecăţi în vederea unei decizii, dar s-a demonstrat că ea stânjeneşte înţelegerea şi memorizarea, mai ales dacă se repetă frecvent. Când funcţiile cortexului prefrontal intră în acţiune, creierul nostru nu este doar solicitat, ci supraîncărcat. Astfel, într-un sens foarte real, Web-ul ne întoarce la vremurile în care se practica *scriptura continua,* când lectura era un act epuizant din punct de vedere cognitiv.[70] în timp ce lectura la modul clasic presupune un cadru caracterizat printr-o relativă izolare, o anumită linişte şi o durată relativ lungă, lectura pe ecran se înscrie *de facto* în mulţimea şi zgomotul ispitelor şi solicitărilor digitale, e de scurtă durată, iar fiecare legătură de tip hypertext, fiecare mesaj, fiecare apel se poate spune că seamănă cu un incident care-ţi tulbură vacanţa.

---

70 *Internet rend-il bete?,* Robert Laffont, Paris, 2010, p. 176.

Pe Internet, mulţi bloggeri au luat act de nerăbdarea cititorilor, de incapacitatea lor de a se concentra pe un text lung şi de a se angaja într-o lectură de durată, de fobia lor faţă de un text care depăşeşte spaţiul aflat în faţa ochilor, şi ca urmare şi-au redus textele cam la 20 de rânduri, în cazul în care nu folosesc o mulţime de fraze scurte. Pentru a reţine cititorul şi a-i oferi suma de distracţii la care se aşteaptă pe parcursul lecturii, ei plusează prin multiplicarea //»¿-urilor, imaginilor şi secvenţelor video. Orice text, pentru a supravieţui, trebuie să devină multimedia, pluridimensional, altfel spus trebuie să conţină căile care permit abandonarea lui.

în multe feluri, multimedia produce o relaţie cu textul tot mai instabilă, mai fragilă, mai efemeră.

DESTRUCTURAREA OPEREI

Lectura pe Internet are ca efect particular destructura- rea lucrării pe care o citim.

Orice lucrare are în principiu o imitate şi o coerenţă internă, are un început şi un sfârşit şi formează un tot. Cunoaşterea şi înţelegerea unei lucrări presupun urmărirea ansamblului dezvoltării ei, pentru că ea este adesea dialectică (progresează plecând de la demonstraţii contra-dictorii sau complementare); lucrul acesta este adevărat şi când e vorba de un articol, şi când e vorba de o carte.

Abordarea textelor pe Internet se face în mod frecvent în cadrul unui proces de cercetare în sensul curent, nu neapărat în sensul ştiinţific al

termenului. Se interoghează un motor de căutare pe o temă dată, plecând de la un cuvânt sau un grup de cuvinte. Motorul de căutare produce o listă de ocurenţe ale noţiunii căutate în ansamblul lucrărilor repertorizate. Dând clic pe legăturile propuse, găsim pasajele în care apare noţiunea căutată, dar întotdeauna sub forma de extrase, pagini disparate, paragrafe sau simple fraze, însă nu avem acces la ansamblul lucrării, pe care de altfel „cercetătorul" (căutătorul) nu are timp s-o consulte şi care nu-l interesează dincolo de obiectul căutării

J

sale. Cercetarea, în ansamblul ei, capătă astfel forma unor salturi succesive de la un pasaj dintr-o lucrare la un pasaj din altă lucrare, fără ca vreodată lucrarea să fie percepută ca lucrare în sine, drept ceea ce este ea de fapt.

Această manieră de a proceda nu-i caracterizează doar pe amatori, ci şi pe cercetătorii universitari. În cadrul unui studiu desfăşurat timp de cinci ani, o echipă de la University College din Londra a trecut în revistă istoricul din calculatoare pentru a analiza comportamentul vizitatorilor a două site-uri de cercetare care oferă acces la cărţi şi articole digitale, unul deţinut de British Library, altul de JISC, un grup american de educare şi cercetare. Realizatorii studiului au constatat că cei care au consultat aceste site-uri aveau o activitate care s-ar putea numi „a lua caimacul": priveau doar una sau două pagini, apoi săreau Ia altceva, iară ca – în majoritatea cazurilor

– să mai revină vreodată la cele citite anterior. Pentru autorii studiului, „este clar că utilizatorii nu citesc *on line* în sensul tradiţional; există semne evidente că apar noi forme de lectură atunci când utilizatorii surfează pe orizontală peste titluri, table de materii şi rezumate, în căutarea unor rezultate rapide. Pare că ei intră pe reţea pentru a evita să citească în sensul tradiţional al termenului.”[71]

După cum observă Nicholas Carr,

> căutările fragmentează lucrările parcurse *on line.* Un motor de căutare ne atrage adesea atenţia asupra unui anumit extras, cuvânt sau asupra câtorva fraze pertinente referitor la ceea ce căutăm pe moment, dar fără să ne incite prea mult să ne împropriem lucrarea ca un tot. Intr-o căutare pe Web, noi nu vedem pădurea. Nu vedem nici măcar copacii. Tot ce vedem sunt doar ramurile şi crenguţele.[72]

Şi atunci când rămânem la unul şi acelaşi text, unitatea lucrării este de asemenea distrusă prin Zzra^-urile de tip hypertext. Acestea au pecetluit sfârşitul textului unidirecţional, înlocuindu-l cu textul multidirecţional, care este un punct de plecare permanent spre alte texte; în felul acesta textul îşi pierde unitatea şi coerenţa, înlocuite de o încâlceală de fire care-şi merită pe bună dreptate

711. ROWLANDS, D. NICHOLAS, P. WILLIAMS, P. HUNTINGTON, M. FIELDHOUSE, B. GUNTER, R. WITHEY, «The Google Generation: Information Behaviour of the Researcher of the Future», *Aslib Proceedings,* 60, 2008, pp. 294-295.

72 *Il Internet rend-tl bete?,* Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 133-134.

numele dc „web” (pânză de păianjen), numai că aceste fire formează o nebuloasă a cărei ordine de ansamblu şi limite nu

>

se mai vede, pentru că orice text apelat printr-un clic conţine la rândul său hypertexte care apelează alte texte şi tot aşa, tot mai departe.

Lucrul acesta este desigur mai adevărat când e vorba de textele de pe Internet decât în cazul cărţilor citite pe *reader*. Dar, pentru a le face mai atractive, autorii le încarcă şi pe acestea cu elemente menite să le îmbogăţească, să le extindă, să le dinamizeze (legături de tip hypertext, *wid-gets.d)* şi să le confere o aparenţă şi o ambianţă care seamănă foarte mult cu textele de pe Internet. Aceste elemente le conferă o altă formă decât a cărţilor tipărite şi implică un alt mod de abordare. Noi nu citim cărţile digitale în acelaşi mod în care citim cărţile tipărite.[73] [74] După cum observă Nicholas Carr, „de îndată ce inseraţi *link-uri* într-o carte şi o conectaţi pe Web – de îndată ce o „extindeţi”, o „întăriţi”, şi o faceţi „dinamică” –, veţi schimba atât natura ei, cât şi trăirea pe care o aveţi atunci când o citiţi. Cartea digitală nu mai este carte, după cum nici un ziar electro-

• • • »7

mc nu mai este ziar .

În ceea ce priveşte pierderea unităţii operei şi

73A se vedea N. CARR, *op. cit.,* pp. 151 -152. O bună analiză a deosebirilor dintre cele două tipuri dc lectură se găseşte în excelentul eseu al lui Raffaele SlMONE, *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web,* Gallimard, 2012.

74 *Op. cit.,* p. 150.

efectul dispersam pentru minte pe care le implică elementele care „îmbogăţesc” textul, un studiu realizat de cercetătorii de la Universitatea din Alberta este revelator: din două grupuri de persoane care au citit în paralel aceeaşi ştire, unul într-un *e-book,* celălalt într-o carte, 70% dintre cititorii din primul grup au urmărit cu dificultate conţinutul ştirii, faţă de numai 10% din a doua grupă.

FELIEREA PRODUSELOR CULTURALE

Destructurarea lucrării, pe care o observăm în cazul cărţii, se observă şi în cazurile celorlalte produse culturale. Ea se manifestă mai ales printr-o feliere, o tranşare deopotrivă obiectivă şi subiectivă.

Google are ambiţia de a scana şi a pune la dispoziţia publicului (la început gratuit, pentru a atrage şi a fideliza publicul, iar apoi contra unei plăţi) ansamblul produselor literare din zilele noastre şi din trecut. Cărţile vechi, pentru care nu se mai cer drepturi de autor, sau cărţile pentru care Google a cumpărat aceste drepturi, sunt oferite integral. Dar cărţile recente, ale căror autori şi editori au refuzat cedarea drepturilor către Google, sunt cărţi din care Google publică paginile selecţionate în mod aleator (scopul fiind direcţionarea internauţilor interesaţi către site-uri comerciale, de unde aceste cărţi pot fi procurate, direcţionarea prin clic[75] spre *Imk-un* procurând

75 De fiecare dată când o persoană selecţionează un *link*

beneficii pentru Google). Unitatea, coerenţa şi continuitatea textelor sunt în acest fel distruse, iar scrierea ca atare este, în fapt, desfiinţată.

De altfel, găsim pe Google pagini izolate din cărţi sau reviste, care au acelaşi efect deconstructiv.

Dar, de asemenea, întreaga producţie artistică este victima acestui proces. Scurte extrase din documentare TV sau din filme sunt oferite pe YouTube (filială Google), Dailymotion sau alte site-uri dedicate secvenţelor video. Extrase de emisiuni radiofonice sunt oferite în *streaming* sau *podcast.* Extrase din opere sau alte compoziţii muzicale sunt oferite pentru a fi ascultate sau descărcate, cântecele înseşi fiind tranşate în „felii" pentru atragerea cumpărătorilor cu părţile cele mai seducătoare sau pentru a fi folosite ca ton de sonerie la telefonul mobil. Acest procedeu este denumit de către utilizatorii săi *unbundling,* adică de-grupare, nume care dovedeşte lipsa totală de înţelegere a naturii unei lucrări artistice, concepută de ei ca un grupaj de elemente eterogene, care pot fi disociate, şi nu ca o unitate organică.

Dar nu întotdeauna media sunt cele care produc

---

comercial, firma de publicitate trebuie să verse o sumă anumită către Google. Este ceea ce se numeşte „cost per clic". Acest sistem este denumit „Adwords", literalmente „publicitate prin cuvinte". Cea mai mare parte din cele 14 miliarde de dolari, care reprezintă beneficiile anuale ale companiei [Google], provine din publicitate.

această feliere, ci uneori autorii înşişi efectuează decupaje din lucrările lor, pentru a se adapta practicii adoptate de aceste media şi aşteptărilor unui public format de ele.

Această feliere obiectivă, realizată de autori şi mai ales de cei care difuzează aceste lucrări, este însorită de o feliere subiectivă, realizată chiar de consumatori. Una dintre formele cele mai caracteristice este zaparea *{zapping)* la televizor, prin care telespectatorul nu ezită să abandoneze o emisiune în desfăşurare, pentru ca să vadă ce emisiuni sunt pe alte canale, iar apoi să se întoarcă la cea dintâi, chit că pierde o parte din ceea ce s-a petrecut şi nu mai sesizează coerenţa documentarului sau a filmului.

Navigarea pe Internet, după cum am văzut, comportă un fenomen similar, legat de impulsurile, dorinţele, nevoia de evadare a internauţilor, din ce în ce mai instabili, blazaţi, nerăbdători, în căutare permanentă de altceva, dar şi de „încurajările" administratorilor paginilor de web, care multiplică sursele de divertisment în interiorul unui text (legături hypertext, imagini, ilustraţii sonore şi video...).

EFECTELE NEGATIVE ASUPRA SCRISULUI

Revenind la producţiile literare (în sens larg), se pot constata de asemenea efecte negative ale noilor media asupra scrisului. Scrierea, pentru Internet, de texte mai mult sau mai puţin ample,

are consecinţe negative asupra stilului, lucrării şi statutului autorului.

Sărăcirea scrisului

Textul imprimat este ca şi pecetluit prin tipărirea lui cu cerneală pe hârtie. Iar atunci când cartea, odată tipărită, este publicată, textul ei nu mai poate fi modificat, decât la o eventuală nouă ediţie. Autorul, atunci când scrie un text destinat tipăririi, ţine cont de acest caracter definitiv pe care-l dobândeşte acesta. De aceea, se îngrijeşte în mod deosebit de felul în care-l scrie, nu se grăbeşte, îşi cântăreşte cuvintele. Cu o oarecare nelinişte, se străduies- te să realizeze un text bine încheiat, cu alte cuvinte un text perfect, atât cât poate el de bine. Pentru aceasta, îşi ia răgazul necesar, nu ezită să-şi citească de mai multe ori lucrarea şi s-o corecteze ori de câte ori i se pare necesar.

Un text publicat pe Internet nu oferă aceleaşi perspective şi nu implică aceeaşi abordare. Pe Internet, un text poate fi cu uşurinţă modificat şi înlocuit. Autorul sau colaboratorul unui blog, de exemplu, are necontenit posibilitatea de a retuşa textul; el poate în orice clipă să-l elimine sau să-l înlocuiască cu altul. Administratorul blogului îi oferă aproape aceleaşi facilităţi de modificare cu cele furnizate de procesorul de texte de pe ecranul calculatorului său.

Din această cauză, textul digital are un caracter mai efemer, o importanţă mai redusă în ochii

autorului său. Ştiind că-l va putea modifica după cum doreşte, la o adică chiar să-l elimine, autorul este mai puţin înclinat să reflecteze înainte de a scrie şi să-şi aleagă cuvintele. Cu toate că există printre bloggeri şi persoane cu un stil de a scrie de mare calitate, majoritatea celor care scriu pe Internet folosesc un stil mai relaxat decât atunci când textul este destinat tiparului.

În multe bloguri unde se exprimă diverşi autori, exprimarea este liberă şi nesupusă aceloraşi exigenţe, aceleiaşi selecţii operate de editor, aceluiaşi control prealabil, aceloraşi corecturi, ca un articol publicat într-un ziar, într-o revistă, sau ca o carte. Se întâmplă ca moderatorul sau web-master-ul să intervină pentru a corecta ortografia, dar ei nu intervin nici asupra stilului şi nici asupra conţinutului, pentru a nu contraveni regulilor de bună purtare. Libertatea de expresie aproape totală acordată majorităţii „autorilor” se traduce în mod evident, la mulţi dintre ei, printr-o compoziţie şi un stil mai spontane şi mai relaxate.

Lipsirea scrierii de desăvârşirea sa şi disoluţia ei

Am văzut mai înainte cum, din cauza legăturilor de tip hypertext mai ales, ca şi a altor elemente adăugate (imagini, sunete, fişiere video), textul digital îşi pierde unitatea şi coerenţa şi devine nu doar multi-dimensional, ci rupt în multe fragmente.

Am văzut că textul digital este un text fluctuant, efemer, neterminat.

Această dublă deficienţă se găseşte într-o serie de texte tipice de pe Internet.

Multe texte realizate pe Internet sau pornind de la Internet sunt compilaţii, realizate prin *copy-paste,* din surse diferite. Altele sunt produse de autori diferiţi, care îşi adaugă contribuţia personală ici şi colo, în detrimentul unităţii, al coerenţei şi al conexiunilor logice; este cazul, după cum am văzut, articolelor din Wikipedia, plasate pe primele poziţii de către motoarele de căutare.

Pentru toate aceste diverse motive, multi autori au reproşat noilor media, mai ales Internetului, faptul că provoacă o disolutie a textului.[76] RafFaele Simone subliniază

>

în special faptul că textul digital care poate fi găsit cel mai adesea pe Internet nu corespunde cu ceea ce se presupune că ar trebui să fie un text în sens clasic: adică, să fie solid, încheiat, original şi să aibă o identitate a sa, ca produs al unui unic autor.[77] Numai în acest sens un text clasic este o lucrare ce nu poate fi disociată de un autor, care – după cum a subliniat Roland Barthes – este ca şi un părinte al ei, fiind legată de el printr-un raport de filiaţie.[78] Aşa că în mod pertinent putem opune *lucrarea,* (tipărită) *textului* (digital).[79]

76A se vedea *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web,* Gallimard, Paris, 2012, pp. 133-135.

77 A se vedea *ibid.,* pp. 117-122.

78 *Œuvres complétés,* t. II, Seuil, Paris, 1994, p. 1215.

79 A se vedea A. FINKIELKRAUT, «Fatale liberte», în A. FINKIEL- KRAUT şi P. SORIANO, *Internet, l'inquiétante extase.* Mille et une Nuit, Paris, 2001, pp. 32-34.

Dispariţia autorului

Referindu-ne la consideraţiile precedente, putem afirma că într-o anumită măsură publicarea textelor digitale pe Internet înseamnă disoluţia noţiunii de autor.

Lucrul acesta este adevărat când e vorba de texte realizate prin multiple contribuţii pasive (compilaţii prin metoda *copy-paste)* sau active (Wikipedia şi alte realizări colective şi anonime).

Astfel, Raffaele Simone scrie:

> Conceptul de autor este asociat unui text care este încheiat, nu se poate modifica şi pe care-l putem lega de o sursă bine precizată. Din contra, un text „deschis" poate chiar să nu mai aibă autor [...]. La fiecare nou pasaj, un nou autor îşi poate interpola propriul fragment de text şi astfel să obţină un produs bine definit şi încheiat. în felul acesta este distrusă „membrana protectoare" pe care textul scris o are de secole, care permite să intri în el numai printr-un singur mod, cel al interpretării, şi nu prin noi intervenţii de ordin textual. Altfel spus, textul îşi pierde acest soi de *habeas corpus* care permite recunoaşterea autorului, a originalităţii, a responsabilităţii (în diversele sensuri ale acestui cuvânt). Pentru numeroase texte digitale, autorul pur şi simplu nu mai există [...]. în faţa unui text dematerializat, care nu este scris de mâna autorului, lipsit cu totul de amprenta unui autor, ideea însăşi de autor ar putea să dispară.[80]

80A se vedea *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web,* Gallimard, Paris, 2012, pp. 112-113.

Producţia literară în sens larg a fost dominată până în zilele noastre de multe secole de primatul autorului, căruia i s-au atribuit datorii şi drepturi. Principala lui datorie era să ofere un text original, autentic şi finalizat; or, un mare număr de texte digitale, după cum am văzut, face ca această datorie să devină caducă. Drepturile sale principale erau, pe de o parte, drepturi de natură intelectuală, conform cărora autorul era unicul proprietar al lucrării sale şi ca urmare singurul în măsură să o modifice. Pregătirea universitară îi deprindea pe studenţi să-i stimeze pe autori şi să le respecte textele, iar singura manieră autorizată de a pătrunde şi a interveni în text era interpretarea (comentarea, explicarea) Iui. Drepturile sale erau, pe de altă parte, „drepturi de autor" negociate cu editorul, conform cărora era remunerat pentru munca sa. Or, procedeele, devenite curente în textele digitale, de copiere şi lipire *(copy-paste)* sau de inserare de texte împrumutate iară trimitere la sursă, ca şi priceperea diverselor persoane de a se introduce în aceste texte digitale, pentru a-l modifica, privează autorul de dreptul său de proprietate. Piratarea, şi ea devenită practică curentă şi contra căreia nu există nici o protecţie eficace, privează autorul de redevenţa care i se cuvine pentru munca sa; este desigur un element exterior şi secundar, dar contribuie şi el în felul său la deposedarea textului de autorul său, ca şi autorului de textul său.

PAGUBE COLATERALE PRODUSE EDITURILOR ŞI CREAŢIEI INTELECTUALE

Criza, editării de cărţi

Criza lecturii, produsă în mare parte de noile media, a avut, în mod evident, urmări negative asupra editării de texte tipărite. Vânzările multor ziare şi reviste s-au prăbuşit, la fel şi vânzările de reviste şi cărţi. Multe edituri s-au închis ori şi-au redus drastic efectivul şi numărul de publicaţii. Cele care merg bine s-au salvat prin publicarea de *best-sellers,* care sunt în general de calitate literară mediocră, însă elaborate potrivit unor tehnici deja probate, pentru a fi pe placul marelui public.

Faptul că majoritatea editorilor au criterii de selecţie de ordin comercial şi că preferă publicarea de cărţi simple (pentru a-şi extinde publicul) şi scurte (pentru a reduce costul de fabricaţie şi preţul de vânzare) favorizează textele facile în detrimentul textelor complexe, care necesită timp pentru argumentare şi documentare.

Lucrările cu un nivel intelectual riguros din domeniul ştiinţific, tehnic, economic, filosofic, teologic etc. au aprioric puţine şanse de a fi editate. Iar dacă lucrul acesta se întâmplă, atunci editarea lor se face „pe spezele autorului”[81] sau de

81 Editurile clasice recurg la acest sistem tot mai mult, fie în mod sistematic, fie în cadrul unor anumite colecţii, dar de o manieră ocolită sau nemărturisită, pentru că lucrul acesta aduce prejudicii atât autorului (care plăteşte ca să fie publicat), cât şi editorului (privit ca unul interesat de profit, pentru că

editurile unor instituţii (universităţi, centre de cercetare...) sau graţie subvenţiilor publice (cum ar fi, în Franţa, cele oferite de Centrul Naţional al Cărţii).

În actuala conjunctură, puţini editori acceptă să-şi asume riscuri (care sunt totuşi inerente acestei meserii şi au oferit şansa apariţiei de numeroase capodopere).

Marile speranţe oferite de ediţia digitală sunt în realitate iluzorii

Se poate obiecta că ediţia digitală le-a deschis editorilor o piaţă nouă şi promiţătoare.

Toate ziarele şi revistele au parte acum de o ediţie digitală în paralel cu ediţia tipărită sau care o înlocuieşte pe aceasta. Noi ziare au fost create special pentru Internet. Marile edituri publică acum cărţi electronice sau digitale (numite *e-books,* e-cărţi sau cărţi 2.0) în paralel cu cărţile tipărite, iar anumite edituri (mai ales în Statele Unite) nu mai publică decât versiunea digitală.

---

este plătit).

Aceste ediţii digitale au anumite avantaje pentru cititori: preţul lor mult mai mic şi depozitarea lor este mai uşoară; ele se pretează de asemenea la indexare şi căutări ulterioare. Dar, mai ales, ele prezintă multe avantaj pentru editori: pentru un preţ de vânzare care reprezintă în medie două treimi din cel al ediţiei tipărite, costul de producţie este aproape nul: el se limitează la punerea în pagină – care nu ia decât câteva ore – a versiunii digitale furnizate de autor (care, potrivit solicitării editorilor, trebuie trimisă într-o formă definitivă, cu alte cuvinte deja corectată). Editura face economie cu întregul proces al ediţiei tipărite şi mai ales cu operaţiile cele mai costisitoare: tipărirea, difuzarea şi distribuirea.[82] Beneficiul realizat de un editor este deci mult mai mare la vânzarea unei cărţi digitale decât la vânzarea unei cărţi tipărite. Acelaşi lucru este valabil pentru distribuitor, care nu are cheltuieli cu depozitarea şi nici cu transportul. Nu este deci surprinzător faptul că ambii fac eforturi să dezvolte şi să promoveze această formă de editare, mergând până la a dori pur şi simplu moartea cărţii tipărite.

82 Distribuirea cărţii grupează activităţile legate de circulaţia fizică a lucrărilor (depozitare, transport) şi gestionarea fluxurilor (fizice, financiare şi informatice). Ea face legătura dintre editor şi librărie, îndrumând cărţile spre punctele de vânzare. Difuzarea desemnează ansamblul operaţiilor comerciale şi de marketing puse în mişcare de editori, în diverse reţele de vânzare, şi, în mod particular, de echipe de reprezentanţi specializaţi.

Şi totuşi, editarea de cărţi digitale, odată depăşită vremea entuziasmului şi a speranţelor, nu corespunde aşteptărilor. Cu toate că pătrunderea acestora pe piaţa de carte variază în funcţie de ţară[83], se constată în general că, după

83 în prezent, cea mai puternică pătrundere pe piaţă s-a produs în Statele Unite, iar cea mai slabă în Franţa...

o creştere spectaculoasă în primii ani, în ultimii ani observăm o descreştere permanentă.

Conform unui studiu efectuat de Livres Hebdo/IP- SOS în 2014, cititul în format hârtie este în recul evident în ultimii ani, dar el nu este totuşi înlocuit şi compensat prin lectura digitală, cu toate că 46% dintre familiile cu copii dispun de tablete.

Dinspre partea editorilor, editarea digitală este minată de fenomenul pirateriei, aşa cum, înainte de ea, s-a întâmplat cu editarea muzicală şi cea cinematografică. Conform unui studiu al firmei de *streaming* de cărţi digitale Youboox, realizat în martie 2014, una din două cărţi digitale este piratată, iar aceasta în ciuda protecţiilor tot mai solide puse în funcţiune de editori. Acest lucru reduce vânzările şi deci şansele autorilor de cărţi cu tiraj mic de a fi editaţi.

Dinspre partea cititorilor, cum notează Nicholas Carr, „în ciuda anilor de propagandă mediatică pentru cartea electronică, constatăm că în ansamblu oamenii nu sunt interesaţi de ea”.[84] În pofida avantajelor oferite de *reader-e* şi a performanţelor acestora, pentru cei pasionaţi de citit, lectura unei cărţi tipărite rămâne mai plăcută şi mai puţin obositoare decât lectura unei cărţi digitale. Cartea electronică este de fapt mult mai potrivită pentru consultare decât pentru o citire continuă, şi pentru o lectură de lucru decât pentru

84 *Internei rend-il bete?,* Robert Laffont, Paris, 2010, p. 146.

o lectură de plăcere.

Dinspre partea autorilor care au dificultăţi să găsească un editor, editarea digitală oferă fără îndoială perspective noi, aparent mai favorabile decât cele oferite de editarea tipărită.

Numeroase site-uri sunt dedicate realizării (de către autor sau de un terţ) şi difuzării cărţilor digitale. Fiecare poate de asemenea să fie, pe blogul său, propriul editor şi propriul difuzor al cărţilor sale digitale.

În toate cazurile este posibil ca în paralel să se ofere şi ediţii tipărite, deoarece imprimantele cu funcţii de legă- torie permit de câţiva ani să se producă, pornind de la un simplu PDF, cărţi la comandă (chiar şi un singur exemplar) la un cost mic.

Dar această categorie de cărţi auto-editate prezintă acelaşi inconvenient ca şi cărţile publicate pe spezele autorilor. Ele nu au practic nici o vizibilitate pe piaţa cărţii şi nu aduc, în ce priveşte calitatea lor, acel minimum de referinţe pe care le oferă ediţia tradiţională. Nefăcând obiectul nici unei selecţii în cadrul unui comitet de lectură, ele nu oferă *apriori* nici o garanţie de calitate (măcar relativă). Libertatea de a publica, pe care oricine o are şi care pare minunată, sfârşeşte prin abolirea oricărei ierarhii, printr-o lipsă de diferenţiere între produse şi printr-o scădere generală a calităţii. Această scădere a calităţii este amplificată de faptul că cel care publică, nefiind supus nici unui control – nici unui proces de selecţie şi nici unei eventuale necesităţi de a opera corecturi – nu se mai simte supus unor exigenţe din afară, aşa că îşi poate permite orice deficienţă cât priveşte fondul şi orice neglijenţă cât priveşte forma.

Distrugerea cărţii tipărite prin cartea electronică

Cartea electronică nu este concepută ca o simplă reproducere digitală a textului tipărit. Numeroşi editori concep textul după imaginea paginilor de Web, împănân- du-l cu legături de tipul hypertext, care trimit la surse ex-

terne (alte texte, imagini, sunete, fişiere video...) şi cu *widgets* (care permit obţinerea de informaţii diverse sau care declanşează secvenţe publicitare). Scopul mărturisit este acela de a face cartea mai atrăgătoare şi lectura ei mai dinamică (plecând de la principiul subînţeles că lectura unei cărţi tipărite este plicticoasă); scopul nemărturisit este însă acela de a obţine profituri suplimentare, mânându-l pe cititor să execute clic-uri, producătoare de venituri, îndru- mându-l spre linkuri comerciale; în felul acesta se culeg informaţii despre cititor, care ulterior pot fi comercializate. Regăsim aici toate defectele publicaţiilor şi lecturii pe Web, evidenţiate anterior, şi în plus paradoxul că cei care editează cartea au ca interes şi deci ca scop final deturna- rea la maximum a atenţiei cititorului spre cu totul altceva decât cartea propriu-zisă.

Nu este surprinzător faptul că pentru mulţi analişti cartea electronică nu se arată a fi o renaştere a cărţii – sau ca o a doua şansă care i se oferă într-o epocă în care lectura cunoaşte un recul –, ci, dimpotrivă, o etapă suplimentară pe drumul distrugerii sale.[85] Pentru Frédéric Beigbeder, de exemplu, cartea digitală înseamnă nici mai mult, nici mai puţin decât sfârşitul lumii

85A se vedea mai aies excelenta analizà a lui C. BIAGINI, *L'Emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies,* L'Échappee, Montreuil, 2012, partea I, cap. 1: «L'ebook: en finir avec le livre», pp. 39-102.

literare.[86]

Industrializarea producţiei literare

Unul dintre inconvenientele cele mai redutabile ale cărţii electronice este controlul pe care-l exercită difuzorii – şi prin ei editorii – asupra cititorilor şi autorilor.

Reader-efit vândute de marii difuzori, cum sunt Google, Amazon sau Barnes & Noble, oferă cititorului posibilitatea de a face, la fel ca pe o carte tipărită, însemnări personale (sublinieri, evidenţieri, bifări sau diferite alte semne, note marginale) la pasajele care i se par cele mai interesante; dar ele înregistrează de asemenea atenţia pe care acesta o acordă unui anumit capitol, unei anumite pagini sau unui anumit pasaj, sau încă şi a pasajelor pe care le sare sau le citeşte rapid. Acest lucru permite vizarea a ceea ce interesează pe cititor, nu doar pentru a-i face, la revenirea sa pe site-ul cu vânzări, propuneri corespunzătoare, ci şi pentru a cadra ceea ce interesează pe toţi cititorii şi a stabili în conformitate cu aceasta propunerile viitoare ale editorilor. Informaţiile strânse vor permite editorilor să stabilească în mod aprioric, în termeni de volum şi de conţinut, tipuri de opere literare care să placă unui public cât mai numeros, şi să pretindă autorilor să se conformeze acestor tipuri, dacă nu chiar să opereze ei înşişi o reorientare în acest sens. Ne putem închipui că aceste

86 *Premier bilan apres lApocalypse,* Grasset, Paris, 2011.

exigenţe se vor rezuma la două aspecte: scurtime (idealul fiind comercializarea de cărţi până în 100 de pagini, la un preţ de sub 10 Euro) şi maximă simplitate. Barnes & Noble a indicat direcţia realizând, pe baza datelor furnizate de *rea- der-u*| său Nook, aşa-numitele Nook Snaps, cărţi electronice scurte şi uşoare, prezentate astfel pe site-ul editorului de expresii: „Conţinut scurt, rapid citite".

Această industrializare a producţiei literare împlinită prin intermediul unei industrializări a lecturii[87] se va manifesta probabil de asemenea de o altă manieră, pe care o prezenta scriitorul Steven Johnson într-un articol din *Wall StreetJournal.*[88] Ca să fii astăzi la curent cu cărţile care apar, pentru majoritatea oamenilor nu mai înseamnă să mergi prin librării sau să citeşti cronici literare în ziare sau reviste; e de ajuns o referinţă găsită întâmplător pe Internet prin intermediul unui cuvânt-cheie. Or, site-urile de căutare, cum este Google, stabilesc printr-un anumit algoritm un clasament al cuvintelor-cheie, pe baza frecvenţei şi însemnătăţii lor comerciale.[89] Potrivit lui Johnson, ne îndreptăm spre un proces în care editorii şi difuzorii vor impune autorilor nu

87A se vedea A. GIFFRARD, «Des lectures industrielles», în B. STIE- GLER, A. GIFFARD şi C. FAURE, *Pour en finir avec la mecroissance. Quelques réflexions dl4rs industrialis,* Flammarion, Paris, 2009.

88 *«How the E-Book Will Change the Way We Read and Write», Wall Street Journal,* 20 aprilie 2009.

89 A se vedea F. KAPLAN, «Quand Ies mots valent de lor», *LeMonde diplomatique,* noiembrie 2011, p. 28.

doar titlul cărţii, ci şi titlurile capitolelor sau ale secţiunilor de capitole, în funcţie de capacitatea cuvintelor folosite de a se plasa pe un loc bun în rezultatele site-urilor de căutare. Etapa următoare va fi foarte probabil o feliere similară cu cea pe care o observăm de mult în muzică (unde nu se mai vând discuri întregi, ci doar fragmente izolate): o vânzare a conţinutului unei cărţi, ca să zicem aşa, *â la carte,* pe părţi sau pe capitole. Vom observa atunci acelaşi tip de descompunere a operei ca acela care se petrece deja pe Internet şi pe care l-am analizat anterior, dar cu o dimensiune comercială mai accentuată. Nu e vorba aici de o utopie, de vreme ce contractele pe care editurile le încheie cu autorii includ o clauză care prevede dreptul de a vinde cartea sub formă de extrase, iar pentru cărţile tipărite cedarea drepturilor de autor pe capitole a început deja.

Dezumanizarea filierei de carte

Faptul că producerea unei cărţi este supusă exigenţelor impuse de noile media a generat o dezumanizare a filierei prin care trece cartea în toate etapele sale: avem în prezent lucrări asupra cărora autorii au pierdut controlul, ediţii fără editori, librării fără librari, biblioteci fără bibliotecari şi, în final, cărţi care nu mai sunt cărţi, rămase fără cititori adevăraţi, pentru lectura lor nu mai este cu adevărat lectură.[90]

90 În completare la cele spuse, a se vedea în legătură cu aceste aspecte analizele pertinente ale lui C. BIAGINI, *L'Emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonise nos vies,* L'Échappee, Montreuil, 2012, pp. 78-111.

Lumea cărţilor, odinioară o lume deplin omenească, cu o întreagă înlănţuire de relaţii conviviale, unde exista părtăşie între cei care activau în ea, a devenit în zilele noastre un univers glacial, guvernat de imperative tehnice şi economice, în care autorul şi cititorul nu au ajuns simple unelte.

Cărţile tipărite vor deveni neîndoielnic pe viitor o raritate de mare preţ, ce-ar trebui păzită şi ocrotită cu scum- pătate ca nişte relicve dintr-un paradis pierdut. Acum ele sunt ultima mică insulă de rezistenţă în faţa unei culturi bolnave, pe cale de descompunere.

CONTRACŢIA SPAŢIULUI SI A TIMPULUI

„Totul, şi pe dată!”
(Lozincă din mai ’68)

„S-au stins ca fumul zilele mele...”
{Psalmul 101,4)

REDUCEREA DISTANŢELOR SPAŢIALE SI TEMPORALE

Un punct comun al noilor media este faptul că ele modifică într-un mod consecvent raportul nostru cu spaţiul şi timpul.

Spaţiul şi timpul sunt condiţii determinante ale existenţei noastre umane actuale, cadre de referinţă apriorice prin intermediul cărora percepem realităţile ce ne sunt exterioare, când e vorba de spaţiu, şi realităţile exterioare şi interioare, când e vorba de timp. Reprezentarea pe care o avem despre lucruri, despre alţii şi despre noi înşine depinde aşadar de ele într-o mare măsură, dar nu mai puţin voinţa noastră, dorinţele, sentimentele, emoţiile noastre, care sunt, de exemplu, mai mult sau mai puţin prezente, mai mult sau mai puţin intense, potrivit distanţei spaţiale sau temporale care ne separă de obiectul lor.

în mod global, noile media au ca efect reducerea spaţiului şi timpului care ne separă de lucruri şi de fiinţe. Putem să le situăm, să le auzim sau să le vedem pe dată, oriunde s-ar afla pe această lume. Putem, într-un anume mod – în parte real, în parte virtual –, să ne întâlnim cu ele, fără să străbatem un spaţiu, fără restricţii de parcurs, fără să trebuiască să aşteptăm.

O FALSĂ IMPRESIE DE LIBERTATE ŞI ATOTPUTERNICIE

Faptul de a nu mai fi supus – cel puţin într-o anumită măsură – constrângerilor spaţio-temporale inerente condiţiei umane îi dă omului un sentiment de libertate şi de putere, chiar de atotputernicie, încât ajunge să se simtă înzestrat

cu calităţi proprii lui Dumnezeu, ca ubicuitatea, capacitatea adică de a se afla în acelaşi timp în mai multe locuri. O videoconferinţă, de exemplu, permite reunirea în acelaşi moment, într-o aceeaşi sală, pe un acelaşi ecran, a unor interlocutori care locuiesc la New York, Paris, Moscova, Beijing şi Sydney. De fapt oricine poate să vadă, la televizor sau pe Internet, evenimente care au loc în acelaşi timp în diferite colţuri ale lumii şi la ore diferite pentru cei care le trăiesc.

Noile media dau de asemenea omului capacitatea divină de a acţiona asupra unor lucruri, la orice oră şi la orice distanţă s-ar afla: poţi, cu o simplă glisare cu degetul pe smartphonul tău, să-ţi închizi obloanele casei tale din
Bourgogne, în timp ce eşti în vacanţă pe o plajă din Maldi- ve. Comerţul pe Internei îţi permite să-ţi procuri în scurt timp orice obiect, fabricat în orice loc de pe lume. Şi tot aşa, avem acces instantaneu la bibliotecile din întreaga lume, care pot să ne procure cărţi şi articole digitale, pe care cu greu le-am fi obtinut cu vechile metode. În multe domenii, În-
>
ternetul pare că pune întreaga lume la dispoziţia noastră.

Şi totuşi, cum vom vedea, abolirea distantelor nu des- fiinţează spaţiul, iar caracterul virtual al contactelor sau al întâlnirilor crează de fapt alte distanţe. Faptul că nu trebuie să ne deplasăm nu

numai că nu aboleşte spaţiul real, dar priveză aceste întâlniri posibile de o mare parte din substanţa lor şi sporeşte într-un anume fel sentimentul de singurătate. Faptul că nu trebuie să aşteptăm ne face să câştigăm timp, dar ne privează totodată de beneficiile psihologice şi spirituale ale aşteptării, care sunt: răbdarea, dorirea mai aprinsă, sporirea bucuriei şi intensificarea sentimentelor pe care le trezesc o satisfacere a dorinţelor care nu se produce pe dată. Bucuria pe care o ai când ajungi în vârful muntelui, urcând cu greu, nu se compară cu sentimentul pe care îl ai când ai ajuns acolo cu elicopterul.

Nu este sigur, de altfel, că media chiar ne fac să *câştigăm* timp. Scurtarea timpului face ca el să treacă mai repede, şi atunci noi de fapt dispunem de mai puţin timp, fiecare activitate fiind trăită mai puţin intens. Şi pentru că noile media ne permit să facem tot mai multe lucruri, întotdeauna timpul nu ne mai ajunge.

Puterea pe care ni se pare că am câştigat-o nu se raportează adesea decât la obiecte, şi deseori se finalizează prin puterea pe care media o câştigă în schimb asupra noastră – aceasta dacă nu ne-au dat deja pe mâna comercianţilor.

Pe scurt, libertatea şi puterea de care ni se pare că dispunem se soldează prin noi limite şi aşadar se arată a fi în mare parte iluzorii.

ORGANIZAREA TIMPULUI, SUBJUGATĂ DE NOILE MEDIA

Se poate constata că organizarea zilnică a timpului nostru este într-o anume măsură supusă noilor media.

Acest lucru este adevărat pe plan profesional sau privat, unde primirea de noi mesaje perturbă în mod constant linearitatea timpului şi, pe de altă parte, modifică permanent organizarea lui, prin faptul că implică o reorientare a activităţilor.

Lucrul acesta este valabil şi pe plan familial, în mod egal sub două aspecte.

Pe de o parte, televiziunea a contribuit la fixarea şi stabilirea momentului în care începem sau sfârşim anumite activităţi, activităţi care ocupă un loc important în organizarea programului zilei sau momentele-cheie ale acesteia. După cum observă Liliane Lurçat, în societăţile moderne „televiziunea din căminul nostru, sau televiziunea domestică, tinde să devină o adevărată stăpână a casei, în jurul căreia se organizează şi se desfăşoară viaţa cotidiană”.[91] Asa se face că, în multe cămine, orele de masă, de culcare

3

şi, uneori de sculare, pentru toţi ai casei, sau timpul (momentul şi durata) dedicat temelor, când e vorba de copii şi adolescenţi, sunt determinate de programul de la televizor. Telejurnalul, care

91 *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier,* ediţia a 2-a, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 16.

ocupă în multe familii un loc sacrosanct, stabileşte ora mesei, în timp ce serialele – când nu trebuie să scapi nici un episod dacă vrei să înţelegi ce se întâmplă – stabilesc organizarea serii, iar ultima emisiune urmărită stabileşte ora de culcare. După cum constată Michel Desmurget, timpul televizual a înlocuit în mare parte timpul fiziologic.[92]

Pe de altă parte, diversele dispozitive vor să reţină atenţia utilizatorilor dincolo de limita obiectivă a organizării temporale: masa comună la una şi aceeaşi oră sau orice altă activitate comună au ajuns lucruri greu de împlinit, pentru că un membru al familiei vrea să vadă sfârşitul emisiunii preferate, altul nu vrea să rateze începutul emisiunii preferate de el, un altul nu se poate dezlipi de filmul la care se uită sau de CD-ul pe care îl ascultă, altul, iarăşi, trebuie neapărat să finalizeze o căutare sau o cumpărătură pe Internet, în fine un altul trebuie să răspundă pe dată la mesajele primite...

Această dificultate de a coordona activităţile familiale

>

constituie o sursă de enervare pentru cei care se străduiesc s-o creeze, dar ea este deopotrivă o sursă de dezarticulare a vieţii de familie.

UN TIMP FĂRĂ CONTINUITATE

92 *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 51.

Noile media au schimbat în mod profund natura timpului, făcând din el un timp lipsit de continuitate, un timp fragmentat, fărâmiţat, împrăştiat.

Odinioară, continuitatea timpului putea fi experia- tă prin continuitatea activităţilor, care se puteau desfăşura destul de multă vreme fără nici o întrerupere, şi care aveau astfel o consistenţă şi o omogenitate care se repercutau, la rândul lor, asupra timpului aşa cum era el perceput. Această continuitate era profitabilă pentru activităţile noastre: permitea concentrarea, folosirea pe deplin a timpului, şi prin aceasta însăşi eficacitate în dobândirea rezultatelor; nu ne ferea de oboseală, atunci când timpul era bine folosit, dar ne ferea de stress; e drept că putea să ducă la plictis, când nu aveam ce face, dar nu împiedica meditaţia, reflecţia, reveria...

Astăzi, omul conectat are senzaţia unui timp discontinuu, compus din fragmente – ca să nu zicem frânturi; aceasta pentru că fie se dedică unei singure activităţi, care nu se poate desfăşură în voie pe o perioadă lungă de timp, fiind necontenit întreruptă, fie se ocupă de mai multe activităţi aproape simultan, care nu sunt decât tot atâtea secvenţe de timp lipsite de coerenţă şi uneori fără nici o legătură între ele.

Cel care se uită la televizor – chiar atunci când nu sare de la un canal la altul şi de la un program la altul – este prins în fluxul schimbărilor constante de planuri, la care îl supune realizatorul, care, în

ceea ce-l priveşte, practică şi el un soi de „zapare” de la o cameră de luat vederi la alta, pentru a nu plictisi cumva prin planuri statice pe tele-spectatorul obişnuit cu discontinuitatea şi permanentele schimbări practicate de toate celelalte media.

Cel care lucrează la biroul său este necontenit întrerupt de telefoane primite pe „fix” sau pe mobil, de mailuri şi SMS-uri anunţate prin semnale sonore, de alerte de pe Facebook şi Twitter, care clipesc pe ecran, în timp ce fluxurile de tip RSS sau podcast la care este abonat îşi fac şi ele cunoscute noutăţile lor ultime de asemenea printr-un semnal vizual sau sonor. Atunci când lucrează cu ecranul în faţă, el este în plus mânat în mod impulsiv de un anume cuvânt pe care-l citeşte sau de un anume lucru pe care şi-l aminteşte sau de o anume imagine care i se iveşte în minte, să se îndepărteze de textul pe care-l redactează sau de tabelul pe care-l completează, căutând cu totul altceva prin diversele linkuri pe care calculatorul său i le pune la dispoziţie cu un simplu clic.

Omul conectat simte nevoia de nestăvilit atât de noutăţi şi de contact (nevoie care a fost, dacă nu creată, cel puţin întărită de uşurinţa cu care acestea se pot obţine). El se teme să nu piardă vreo informaţie importantă, dacă taie conexiunile, şi să nu se afle în afara zonei de acces sau izolat de societate, dacă îşi suspendă alertele; aceste temeri sunt de fapt simple închipuiri, întreţinute însă de presiuni de natură profesională, de o sărăcire a

relaţiilor umane în societatea noastră, sau pur şi simplu de nevoia de a simţi că există în mod mediatic.

Această dublă nevoie face ca mai toţi cei care lucrează în faţa unui display să verifice des cutia poştală[93], cu toate că ea este setată pentru primirea automată a mesajelor, sau să-şi consulte contul de Facebook, cu toate că este programat să-i anunţe orice „eveniment" nou. Când e vorba de cel care citeşte un text pe Internet, el îşi întrerupe necontenit lectura, urmând diversele *link-xin* care împânzesc acest text, fiind pe deasupra perturbat de apelurile şi semnalele mai sus amintite. După cum observă Cory Docto- row, de fiecare dată când pornim calculatorul, ne cufundăm într-un „ecosistem de tehnologii de întrerupere"[94]. Iar Internetul este în mod particular – după cum remarcă Nicholas Carr – un veritabil „sistem de întrerupere".[95]

După cum a arătat Bergson pe baza unei distincţii foarte pertinente între timp (exterior şi social) şi durată (interioară şi personală), modul în care trăim durata este influenţat şi marcat într-atât de modul în care trăim timpul, încât ea capătă însuşirile acestuia.[96]

93 Până la 40 de verificări pe oră, după un studiu american (K. RE- NAUD, J. RAMSAY şi M. HAIR. «"You've Got Email!" Shall I Deal with It Now?», *Internaţional Joumal of Human-Computer Interaction,* 21, 2006, pp. 313-322).

94 «Writing în the Age of Distraction», *Locus,* ianuarie 2009.

95 *Internet rend-il bète?,* Robert Laffont, Paris, p. 188.

96 *TVLobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 40.

Chiar şi atunci când nu se află lângă aparatele sale, *homo connecticus,* (de) format de activităţile mediatice habitúale, trăieşte lăuntric un timp discontinuu, fragmentat, fărâmiţat, împrăştiat, care duce la pierderea unităţii şi coerenţei fireşti ale vieţii sale lăuntrice.

UN TIMP CARE SE CONTRACTĂ

Toţi utilizatorii de media constată caracterul cronofag – adică devorator de timp – al acestora.

Adeseori ele sunt folosite „ca să le treacă timpul", adică pentru a scăpa de plictiseala pe care o provoacă timpul lipsit de ocupaţie. Acest lucru este adevărat mai întâi când e vorba de televiziune, pe care, contrar opiniei curente, noile media nu au înlocuit-o, ci fie au mers în paralel cu ea, fie şi-au însuşit-o, integrând-o în sistemul lor. Multe persoane petrec în fiecare zi o mare parte din timpul lor în faţa televizorului, care devine impresionantă atunci când o raportăm la timpul de care dispunem într-o zi, şi chiar mai impresionantă dacă însumăm orele petrecute în acest

fel într-o perioadă mai lungă. Michel Desmurget, bazân- du-se pe date statistice, constată că un spectator tipic de peste 15 ani petrece zilnic în jur de 3 ore şi 40 de minute în faţa televizorului, ceea ce înseamnă în mare 20% din timpul cât este treaz şi 75% din timpul liber, sau, într-un an, 1338 de ore, adică aproape două luni, aşadar o persoană care a trăit 81 de ani (speranţa de viaţă actuală) a

petrecut 11 ani din viaţă în faţa televizorului, ba chiar *16* ani dacă ne raportăm numai la timpul când este treaz.[97]

Să adăugăm la aceasta timpul petrecut cu navigarea pe Internet, cu mailurile, cu SMS-urile sau cu mesajele de pe Twitter, cu alimentarea contului de Facebook, cu conversaţiile la telefon şi, în anumite cazuri, cu timpul dedicat jocurilor pe tot felul de dispozitive.

Navigaţia pe Internet are însuşirea de a face ca timpul să treacă foarte repede şi fără să-ţi dai seama. Această capacitate „magică" se datorează înmulţirii operaţiilor fizice şi mai ales mintale legate de acest tip de media, deplasărilor constante de la o pagină la alta, de Ia un *link* la altul. După cum a arătat Aristotel, timpul este legat în modul cel mai strâns de mişcare şi prin ea îl percepem. Cu cât mişcarea de referinţă este mai înceată, cu atât timpul ni se pare că trece mai încet; din contra, cu cât mişcările sunt mai numeroase şi mai rapide, cu atât timpul ni se pare că trece mai repede.[2]

Dar navigarea pe Web ne fură timpul vieţii şi din alte părţi. Se întâmplă adesea ca simpla căutare pe Internet a unei informaţii care ni se părea uşor de obţinut, pe dată, să ne conducă la tot felul de acţiuni inutile şi de ocolişuri până ce o găsim.

97 *Ci. Physique,* IV, 10-11, 218b-219b.

CULTUL RAPIDITĂŢII

Un mare număr de studii au constatat de multă vreme, în lumea modernă, nu doar o accelerare a timpului, dar şi un veritabil cult al rapidităţii, care se impune în toate sferele vieţii sociale şi ale existenţei individuale.[98] Pe toate Ie facem din ce în ce mai repede şi avem pretenţia ca totul să se facă din ce în ce mai rapid.

Omul modern este un om grăbit, în mod activ şi, de asemenea, în mod pasiv: este, adică, silit să se grăbească atunci când el însuşi nu se grăbeşte.

Dezvoltarea – cu începere din a doua jumătate a secolului alXIX-lea – mijloacelor de transport, apoi a comunicaţiilor, tot mai rapide, a creat şi a dezvoltat o practică a vitezei.

Aceasta a fost consolidată la locul de muncă prin dezvoltarea maşinismului, care a permis o creştere a ritmului de activitate şi de producţie.

---

98 J, GLEICK, *Faster. The Acceleration of Just About Everything,* Abacus Press, Londra, 1999; C. STUDENT, *L'Invention de la vitesse,* Gallimard, 1995; J.-M. SALMON, *Un monde à grande vitesse. Globalisation, mode demploi,* Seuil, Paris, 2000; J. OLLIVRO, *Quand la vitesse change le monde.* Apogee, Rennes, 2006; B. WARF, *Time-Space Compression. Historical Geographies,* Routledge, Londra, 2008; P. JOSÉPHE, *La Société immédiate,* Calmann-Lévy, Paris, 2008; R. HASSAN, *Empires of Speed. Time and the Acceleration of Politics and Society,* Brill, Leiden, 2009; H. ROSA şi W. E. SCHEUERMAN, *High-Speed Society. Social Acceleration, Power and Modernity,* Pennsylvania state University, state College, 2009; H. ROSA, *Accélération. Une critique sociale du temps,* La Découverte, Paris, 2010; J.-L. SERVAN-SCHREIBER, *Trop vite. Pourquoi nous sommes prisonniers du court terme,* Albin Michel, Paris, 2010.

'A se vedea J. ATTALI, *Histoires du temps,* Fayard, Paris, 1982.

Societatea modernă a făcut din productivitate o normă, şi a introdus ca urmare noţiunile de „câştig de timp” şi „pierdere de timp”. S-au pus atunci la punct instrumente tot mai precise de măsurare a timpului[1], cu scopul de a-l face rentabil la maximum. Această abordare era cu totul necunoscută în societăţile tradiţionale, pentru care timpul nu conta şi nu se contabiliza. Aceste societăţi nu ştiau ce înseamnă rapiditatea, care nu prezenta pentru ele nici un interes, şi, în mod spontan, se mişcau într-un mod lent, sau cel puţin într-un mod care nouă ni se pare a fi aşa. În aceste societăţi, omul putea spune cu adevărat că „are timp”, în vreme ce în societăţile moderne, timpul este cel care ne posedă pe noi, pentru că de el am făcut să depindă într-atât de mult orice activitate socială sau individuală, încât le-am ferecat în secvenţe temporale precis definite, cu scopul de a le controla cât mai bine şi de a le face cât mai rentabile.

Noile media au contribuit major la acest proces global de preţuire a rapidităţii, prin faptul că permit o transmitere instantanee a textului, imaginii şi sunetului, dar şi o comunicare ultrarapidă a dispoziţiilor în sfera muncii sau a comenzilor şi prelucrării lor în sfera comercială; să nu uităm de tranzacţiile din domeniul financiar, efectuate cu „înaltă frecvenţă”.

Ele au creat de asemenea, prin însuşi modul lor de funcţionare, o obişnuinţă cu rapiditatea, care a devenit pentru viaţa psihică în aşa măsură o a

doua natură, încât constituie o necesitate imperioasă, suscitând nerăbdare, enervare, nelinişte sau angoasă atunci când lucrurile se desfăşoară mai lent, adică nu se împlinesc pe dată.

TOTUL, IMEDIAT

Noile media au devenit mijloace de a obţine „totul, imediat”, şi fac din fiecare utilizator un soi de copil răsfăţat, ale cărui dorinţe şi capricii sunt satisfăcute pe dată şi care nu suportă să fie lipsit de acest răsfăţ.

Telefonul mobil, SMS-urile şi mailurile permit formularea pe dată a unei cereri şi obţinerea pe dată a unui răspuns.

Televiziunea, cu sutele ei de canale, permite în orice moment obţinerea unui program „la cerere”, conform intereselor, dorinţelor sau chiar impulsurilor de moment ale fiecărui telespectator.

La fel când e vorba de Internet, cu miliardele sale de texte, secvenţe video, filme, fotografii sau fişiere muzicale.

Facebook permite intrarea imediată în legătură cu „prietenii”, iar Twitter permite cunoaşterea şi transmiterea instantanee a unei opinii personale către o mare mulţime de oameni.

Aşa-numitele *chat-rooms* (forumuri de discuţie în direct) permit oricui simte nevoia de a discuta cu cineva, să şi-o împlinească pe dată.

Internetül ne permite să ne plimbăm în tot felul de magazine, să comandăm pe loc lucrul pe care îl poftim şi să-l primim cum nu se poate spune de repede. Viteza de livrare este un argument comercial asupra căruia insistă mult site-urile comerciale, pentru că se ştie că un consumator vrea să obţină fără întârziere ceea ce a comandat.

Aceste site-uri propun adesea, pe lângă opţiunea „rapid”, o opţiune „ultra-rapid”[99], pe care, de o manieră caracteristică, Amazon a denumit-o „Prémium”.

99 Această firmă oferă livrare gratuită a doua zi, dar altele livrează chiar în ziua comenzii.

Am putea vedea în toate acestea un formidabil spaţiu de libertate, dar şi un proces care îl face pe om prizonierul propriilor dorinţe. Alain Finkielkraut îl vede în felul acesta pe omul conectat ca şi „închis în propria sa cerere, predat satisfacerii imediate a poftelor sau neastâmpărului lui, prizonier al *limitei de aşteptare zero")*

Acest filosof este preocupat de asemenea de formarea treptată a unui nou tip de om, incapabil să înfrunte realitatea obiectivă în toată duritatea ei: „Internetül favorizează constituirea şi propăşirea/avântul unui individ al aşteptării zero, care nu concepe realitatea decât ca malea- bilitate. Cu greu ar putea fi convertit acest copil răsfăţat la cugetarea limitelor şi la simţul măsurii."[100] [101]

Obişnuinţa cu obţinerea pe dată a tot ce-şi doreşte face ca pentru omul conectat realitatea să devină insuportabilă de îndată ce nu răspunde imediat dorinţelor sale, aşa cum de altfel se şi întâmplă adesea, pentru că este o mare distantă între lumea virtuală, în care el se mişcă mai tot timpul şi lumea reală, în care dorinţele sale întâmpină felurite constrângeri.

O LUME INTOLERANTĂ LA FRUSTRARE, INCAPABILĂ DE AŞTEPTARE ŞI LIPSITĂ DE DINAMICA DORINŢEI

100 «Fatale liberte», în A. FINKIELKRAUT şi P. SORIANO, *Internet, l'inquiétante extase,* Mille et une nuits, Paris, 2001, p. 26.

101 *Ibid.,* p. 48.

Se cunosc problemele psihologice, ulterior existenţiale, ale copiilor „răsfaţaţi”, adică cei cărora părinţii le împlinesc pe dată toate poftele sau, şi mai rău, le anticipează.

Nu există, în existenţa omenească, plăcere fără durere, bucurie fără chin, fericire fără suferinţă, desfătare fără cusur, dorinţă împlinită fără adăstate. E un fapt bine cunoscut de psihologi, dar şi de scriitori şi de oamenii duhovniceşti, că intensitatea plăcerii este pe măsura intensităţii dorinţei, şi că intensitatea dorinţei este pe măsura duratei sau a depărtării de cele dorite.

O lume în care, prin magia Internetului, se poate obţine în mod real, sau măcar virtual, tot sau aproape tot ce-ţi doreşti, devine o lume fără sau aproape fără dorinţe, aşadar o lume fără plăcere, fără bucurie, fără delectare şi fără fericire.

De altfel se ştie cât de necesară este frustrarea pentru adaptarea copilului la viaţa socială. Popularizarea freudismului în anii ’60 ai secolului trecut a fost însoţită de o interpretare contrară, conform căreia frustrarea ar fi un factor patogen, iar satisfacerea pe dată a tuturor dorinţelor, un factor de sănătate psihică şi de împlinire. Educaţia liberală întemeiată pe aceste principii s-a dovedit catastrofală: mulţi copii, care nu au fost educaţi să înfrunte frustrările pe care le întâlnim în mod inevitabil în viaţa socială, au ajuns nişte inadaptaţi şi întotdeauna nemulţumiţi de viaţa lor.

INCONVENIENTELE RAPIDITĂŢII

Homo connecticus a dobândit un sentiment al depăşirii limitelor spaţiului şi timpului prin scurtarea intervalului de aşteptare, de executare sau de obţinere a ceea ce voieşte. Dar el este de fapt supus altor limite, uneori mai constrângătoare.

Rapiditatea conexiunilor şi a timpului de răspuns le permite persoanelor intrarea imediată în contact unele cu altele. Lucrul acesta sigur că elimină deplasările şi de asemenea aşteptarea, care-şi aveau fiecare inconvenientele lor. Dar această rapiditate suprimă de asemenea avantajul de a oferi unei întâlniri mai multă consistenţă prin efortul depus, pentru care ea ar fi o adevărată răsplată.

Oricare cerere, prin însăşi viteza cu care ajunge la destinatar, suportă greu o întârziere a răspunsului. Exigenţa unui răspuns sau a unei reacţii imediate, inerentă mijloacelor de comunicare moderne, implică o tensiune şi un stres suplimentar pentru cel care primeşte cererea, dar şi pentru cel care o formulează, pentru că nu mai există acel răgaz oferit înainte de timpul mai lent de prelucrare a mesajului.

Stresul este amplificat de asemenea de înmulţirea solicitărilor, uneori simultane, favorizată de noile mijloace de comunicare.

Scrisorile trimise prin poştă ofereau mai mult timp pentru a fi scrise în linişte, într-un moment potrivit. Constrângerile care ţin de scris, de mersul la poştă, de costul timbrelor, limitau numărul de

mesaje la strictul necesar, în timp ce stilul minimálist al mailurilor, ca să nu mai vorbim despre stilul încă şi mai minimálist al SMS-urilor şi al mesajelor de pe Twitter, favorizează într-atât proliferarea mesajelor, încât persoanelor care primesc multe asemenea mesaje le este foarte greu, dacă nu chiar imposibil, să se uite peste toate, şi acest prea-plin ajunge să blocheze corespondenţa.

în principiu, Internetül ne permite să obţinem imediat toate informaţiile dorite. Dar, în realitate, din cauza unor factori, cum ar fi: mulţimea datelor, absenţa ierarhizării după criteriile celui care le caută şi ierarhizarea lor nedorită, după criteriile (adesea comerciale) ale furnizorului, precum şi frecventa absenţă a datelor pertinente sau căutate cu prioritate, până la urmă timpul de căutare este mai lung decât am prevăzut, şi rătăcim pe cărările diverselor *link-mi.* Adeseori observăm cu uimire cât de mult timp am pierdut căutând rezultatul dorit (uneori fără succes). Rapiditatea, cu care suntem conduşi pe căi ocolite nu ne scurtează nicidecum drumul!

Multe alte inconveniente sunt legate de viteza inerentă noilor media.

Vom vedea cum mailurile şi SMS-urile au repercusiuni negative asupra formei mesajelor, traducându-se îndeosebi printr-o sărăcie de stil şi printr-o lipsă a formulelor celor mai elementare de politeţe. Aceste lipsuri sunt în clar legate de dorinţa de a fi scurt, ca să fii cât mai rapid.

Sunt multe neînţelegeri legate de această

manieră de redactare rapidă. Şi de asemenea multe erori, din cauza unor greşeli de tastare sau scriere pe ecran, prin folosirea lor în mod impulsiv. Greşelile de tastare mai întotdeauna nu sunt corectate, pentru că preocuparea de a fi cât mai rapizi nu ne lasă timp pentru recitirea mesajului. Adeseori, apăsându-se greşit pe o tastă, tot din cauza grabei, fie se trimite un mesaj nefinalizat, fie el este trimis unui alt destinatar decât cel dorit, dacă nu chiar la toţi cei cu care se corespondează în mod obişnuit, prin alegerea grăbită a opţiunii „trimite la toţi”.

Când scrisorile se trimiteau prin poştă, nu se puneau deîndată la cutia poştală, mai trecea ceva timp; acest fapt lăsa timp pentru recitirea ei, pentru unele schimbări, pentru îmbunătăţirea, corectarea sau completarea anumitor formulări. Uşurinţa şi rapiditatea cu care pot fi trimise mailurile elimină orice răgaz de reflecţie, lăsând mesajul în faza primei sale redactări.

Se ştie doar că orice lucru bine făcut cere timp şi că finisajele ce i se aduc contribuie în mod major la calitatea sa. Preocupate de rapiditate cum sunt, noile media nu lasă deloc timp pentru finisaje, iar dorinţa de a înainta repede scade calitatea muncii, pentru că se caută scopul înainte de a se oferi mijloacele de a-l atinge.

O LUME LIPSITĂ DE DURATĂ

Departe de a ne elibera de limitările timpului, noile media produc deopotrivă o contracţie şi o accelerare a acestuia.

De aici rezultă o lume lipsită de durată, pentru că totul se schimbă tot timpul şi nu mai există spaţiu între reperele temporale.

După cum a arătat Aristotel şi în urma sa Fericitul Augustin[1], timpul nu are o realitate obiectivă, el este „măsu- ra/numărul mişcării", adică este definit printr-o evaluare, săvârşită de gândire, a unui „spaţiu" psihic care are drept referinţă ce este *înainte* şi ce este *după.*

În noile media, „înainte" şi „după" se succed într-un număr atât de mare şi atât de rapid, încât spaţiul dintre ele se reduce şi devine imposibil de evaluat de conştiinţa noas

' Cf. ARISTOTEL, *Physique,* IV, 10-11 [tr. rom. de N.I. Barbu, în: ARISTOTEL, *Fizica,* Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1966 – *n. trad.*|. AUGUSTIN, *Confessions,* XI, 14-28 [tr. rom. de Prof. dr. doc. Nicolae Barbu, în: FERICITUL AUGUSTIN, *Scrieri alese.* Partea întâi, *Confessiones (Mărturisiri),* PSB.vol. 64, EIBMO, Bucureşti, 1985,pp. 250-261 – *n. trad.*|. tră; ea nu mai experiază timpul ca o durată, ci mai curând ca o succesiune de secvenţe scurte, lipsite de amploare.

ACCELERAREA SARCINILOR CE TREBUIE ÎNDEPLINITE

Utilizarea informaticii şi a noilor media a generat o accelerare a timpului, dar şi o accelerare a sarcinilor ce trebuie îndeplinite, într-un număr mai mare, în acelaşi interval de timp şi totodată mai repede.

Ideea, exprimată încă din anii '60 ai secolului al XX-lea, că maşinile vor permite o „civilizaţie a timpului liber"[102], se arată astăzi a fi o iluzie (nu şi

102A se vedea de exemplu J. DUMAZEDIER, *Vers ane*

pentru şomeri, care însă nu se aşteptau deloc la genul de timp liber de care au parte fată să vrea). Ideea că dispozitivele IT şi mijloacele de comunicare moderne ne vor scoate de sub tirania timpului se arată astăzi şi ea la fel de iluzorie. E adevărat că totul merge tot mai repede, dar numai pentru că trebuie prelucrat un volum de date întotdeauna mai mare, aşa încât până la urmă nu există vreo schimbare, în afară de aceea, nedorită, că timpul de lucru muşcă tot mai mult din timpul nostru liber, deoarece mijloacele de comunicare moderne îi menţin pe angajaţi conectaţi 24 de ore din 24, iar în felul acesta, mereu la discreţia superiorilor.

MULTITASKING

Folosirea noilor media a făcut posibilă o nouă formă de lucru, denumită în engleză *multitasking,* adică împlinirea în paralel a mai multor activităţi. De exemplu, dăm telefoane în timp ce tastăm pe calculator, navigam pe Internet, ne verificăm mailurile, ne uităm Ia fotografii, retuşăm imagini şi sunete etc.); sau facem tot felul de alte activităţi în timp ce telefonăm. Calculatorul însuşi, prin polivalenţa sa şi prin faptul că include mai multe media, nu doar că se pretează la împlinirea în paralel a mai multor activităţi, ci şi o favorizează. într-un anume fel, el este chiar conceput pentru lucrul acesta, de vreme ce oferă posibilitatea de a avea pe ecran multe elemente eterogene. Creierul uman este într-adevăr adaptat într-o anumită

civilisation des loisirs?, Seuil, Paris, 1962.

măsură pentru împlinirea în mod simultan a mai multor acţiuni (de exemplu, în timp ce mergem, putem să ţinem în mână o carte, putem să citim, putem să dăm paginile); dar este vorba aici de acţiuni coordonate, în timp ce acest *multitasking* favorizat de noile media este eterodit.

Atunci când, în acest din urmă caz, se asociază două activităţi, în mod inevitabil această cuplare a lor le este dăunătoare. Operatorul nu este pe de-a-ntregul atent nici la una, nici la cealaltă, iar operarea lor simultană sporeşte stresul şi oboseala.

Când acest *multitasking* implică un interlocutor, apar probleme de natură umană: se perturbă relaţiile, cu atât mai mult cu cât persoana cu care comunicăm nu este fizic prezentă. Dacă ea ar fi fost de faţă, nu ne-am fi permis să lucrăm la calculator, să ne uităm pe Internet sau să răspundem la SMS-uri în acelaşi timp în care vorbim cu ea, pentru că am fi ofensat-o prin lipsa noastră de politeţe. Credem însă că, ascunşi cum suntem în biroul sau apartamentul nostru şi nevăzuţi, interlocutorul nostru nu ştie ce facem. Dar de fapt e foarte uşor să-ţi dai seama că ai de-a face cu cineva care face şi altceva decât să vorbească cu tine, după tonul său distant şi absent, după faptul că ne cere des să repetăm anumite cuvinte sau fraze (sau după faptul că el însuşi repetă întrebările noastre), după răspunsurile sale întârziate şi cu sincope. Din perspectiva valorilor creştine sau pur şi simplu umane, această practică nu poate fi privită decât ca o lipsă de respect, de

atenţie şi de preţuire faţă de interlocutor, iar faptul că el înţelege sau resimte lucrul acesta nu poate decât să-i schimbe în rău sentimentele faţă de cel cu care comunică.

împlinirea simultană a mai multor activităţi nu aparţine doar domeniului profesional; ea priveşte, în cazul adul- ţilor, şi activităţile din timpul liber, unde riscurile profesionale sunt, e drept, mai mici, dar consecinţele asupra calităţii relaţiilor umane sunt tot atât de dăunătoare.

Acest *multitasking* afectează de asemenea activităţile şcolare ale elevilor şi adolescenţilor, care îşi fac temele ascultând muzică la căşti, ori cu televizorul în faţă, sau undeva, în fundal, sau primesc şi răspund la SMS-uri, sau iau parte la *chatt-wn* pe calculator sau pe smartphone...

Unii autori au afirmat că împlinirea simultană a mai multor activităţi dezvoltă o nouă abilitate, dar aceasta este superficială şi aduce prejudicii realizării serioase a fiecărei activităţi în parte, şi, în general, reflecţiei de profunzime. Jordan Grafman, directorul secţiei de neuroştiinţe de la Institutul national american de tulburări şi atacuri neurologice, constată că; „cu cât practicaţi mai mult *multi- tasking-|A,* cu atât gândiţi mai puţin profund, cu atât mai puţin sunteţi capabili să trataţi o problemă şi să o rezolvaţi printr-un raţionament”.[103]

Efectele negative ale *multitasking-xx||xi* asupra performanţelor intelectuale ale celor care îl

103 Citat de N. CARR, *Internet rend-il bête?,* Robert Laffont, Paris, 2010, p. 200.

practică sunt subliniate de Michel Desmurget: „O bună parte din resursele cerebrale sunt absorbite de gestionarea acestui proces de *multitasking,* şi nu de împlinirea sarcinii. Un studiu de neuro-imagistică a subliniat că mecanismele de învăţare şi de memorie sunt alterate la cel mai de bază nivel neuronal, atunci când subiectul trebuie să jongleze cu două sarcini simple. Pe plan comportamental, cei care practică *multitasking-ul* dezvoltă, pe termen lung, tulburări serioase de atenţie[104], de concentrare, şi, în mod cu totul neasteptat, o capacitate redusă de a jongla cu mai multe sarcini cognitive. Cercetări specifice au demonstrat că realizarea temelor de şcoală este în mare parte degradată, atât în ceea ce priveşte timpul acordat, cât şi în ceea ce priveşte gradul de exactitate, la elevii de 14 ani care îşi faceau temele pe fundalul unui televizor deschis."[105]

Cel mai adesea, cei care practică *multitasking-ul* o fac cu scopul de a câştiga timp, sau cel puţin aceasta este impresia lor. Dar este o simplă iluzie. Câştigul de timp pe care contează este nu doar nul, ci şi negativ. Motivul este că simultaneitatea sarcinilor este doar aparentă; în realitate, „tot ce creierul ştie să facă într-o astfel de situaţie [mai multe sarcini de realizat simultan] este să treacă de la o activitate la alta în mod secvenţial"[106], însă

104 Vom reveni pe larg asupra acestui subiect.

105 *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les ejfets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 120, cu bibliografia ştiinţifică aferentă.

106 Este vorba deci despre aşa-numitul *task switching,* care este o formă de *zapping.*

„fiecare tranziţie costă erori şi timp”.[107] Roberto Casaţi constată şi el că: „Trecerea continuă de la o sarcină la alta comportă pierderi de timp, care, oricât de mici ar fi, sfârşesc prin a se acumula şi a eroda timpul consacrat fiecăreia din aceste multiple activităţi.”[108]

MAI PUŢINI TIMPI MORŢI ÎNSEAMNĂ MAI PUŢIN TIMP DE VIAŢĂ

Rapiditatea răspunsului la orice solicitare, cu cea mai mare promptitudine (aşteptare-zero) sau oferirea lui exact la timp, care constituie norma noilor media şi norma omului conectat, accelerarea sarcinilor şi *multitas- king-\A* alcătuiesc un mod de viaţă în care nu mai există timpi morţi. Or, în mod paradoxal, suprimarea timpilor morţi înseamnă suprimarea timpului vieţii noastre. Pentru că nu atunci când îşi împovărează gândirea cu preaplin de activităţi sufocante trăieşte omul plenar şi pe deplin. Nici atunci când face totul într-o viteză năucitoare. Nici navigând pe Internet, unde se rupe de realitate şi uită de sine. Ci, după cum o vom spune iarăşi în cele ce urmează, omul are absolută nevoie de linişte, de singurătate şi de repaus nu doar pentru a-şi păstra echilibrul fizic şi psihic, ci şi pentru a se împlini pe deplin. Timpii morţi sunt de fapt momentele în care omul se poate îngriji de sine însuşi, când poate să-şi limpezească gândurile, să reflecteze în

107 *Op. cit.,* cu bibliografia ştiinţifică aferentă.

108 *Le Colonialisme numérique.* Albin Michel, Paris, 2013, p. 100.

mod profund, să contemple, să se roage. Sunt timpii în care el este disponibil pentru cei din jurul lui şi într-o adevărată legătură cu ei.

MAREA ILUZIE A UNUI CÂŞTIG DE TIMP

Tot în legătură cu timpul se manifestă marea iluzie întreţinută de societatea noastră, care face din progres o religie şi din tehnică, un cult.

Mai mult încă decât progresele realizate în domeniul maşinismului, al transporturilor sau al comunicaţiilor de tip clasic, progresul tehnologic a oferit prilejul ca omului să i se inducă ideea că acesta va fi însoţit de o îmbunătăţire a calităţii vieţii sale. Şi pentru că timpul are în existenţa umană un rol esenţial şi contribuie în mod major la calitatea vieţii, omului i s-a indus ideea că progresul tehnicii în toate domeniile îi va oferi din plin timp liber pentru a se dedica tuturor lucrurilor care contribuie la fericirea sa.

Dar în realitate s-a produs un lucru cu totul contrar. Trebuie să acceptăm această constatare: cu cât noile media funcţionează mai rapid şi ne eliberează timpul, cu atât mai mult ducem lipsă de timp. Noile media, mai mult decât oricare alte tehnici, au redus timpul de care dispune omul pentru a-şi face viaţa mai bună la locul de muncă sau în afara lui.

După cum arată analizele precedente, noile media au produs un nou mod de existenţă şi, prin el, un nou tip de om, şi anume: omul permanent grăbit, debordat de treburi, care se activează în flux continuu, care face totul în regim de urgenţă, a cărui activitate şi viaţă sunt lipsite de

profunzime, care a pierdut controlul asupra ritmului şi organizării existenţei sale.

Fenomenul de *burn-out,* pe care îl confirmă tot mai mult acest proces, provine din verbul englez „a arde”. *Burn-out* înseamnă a fi „prăjit” din punct de vedere fizic, psihologic şi spiritual, a-ţi face scrum trupul şi sufletul, ceea ce seamănă cu un soi de iad pe pământ.

VI

DISTRUGEREA RELAŢIILOR INTERPERSONALE

„Tot prietenul zice: eu am ţinut prietenia cu el; dar el este prieten numai cu numele” *[Înţelepciunea lui Isus Sirah* 37,1)

„Când ce este departe se apropie prea mult, ce este aproape se îndepărtează” (Günther Anders, *L’obsolescence de l’homme)*

LUMEA, UN SAT IMAGINAR

Afirmaţia lui Marshall McLuhan că mijloacele de comunicare în masă moderne au transformat lumea într-un sat a avut un mare succes, iar expresia „sat planetar” e şi astăzi la modă.

Ea ni se pare a fi pertinentă dintr-un anume punct de vedere: după cum am văzut, noile media au abolit distanţele prin capacitatea lor de a-i pune pe oameni în comunicare imediată unii cu alţii şi de a aduce la cunoştinţa fiecăruia oricare eveniment din lume, chiar în momentul în care acesta se petrece. Prin urmare, se poate spune, conform expresiei curente, că „lumea e mică”. Pentru că informaţiile, cuvintele rostite în public şi zvonurile circulă mult şi repede, pentru că fiecare face cunoscut tot ce observă – prin fotografii, imagini video şi sunete –, ştie sau crede că ştie, pentru că fiecare se expune până în însăşi in-

timitatea sa, tot aşa cum se spune „ştie tot satul”, se poate spune „ştie întreaga lume”.

Noile media (Internetül, forumurile de discuţie, Facebook, Twitter…) oferă persoanelor aflate la distanţă posibilitatea de a se întâlni, de a forma grupuri pe baza afinităţilor, tot aşa cum se adună oamenii la sat sau la oraş, ca să schimbe o vorbă, de parcă ar fi unul lângă altul şi apropiaţi.

Dar – vom avea numeroase ocazii să repetăm lucrul acesta – acestor întâlniri şi acestor discuţii le lipsesc substanţa şi bogăţia celor reale. Noile media au întemeiat o societate paralelă, în parte reală, în parte virtuală, din care cel mai adesea lipsesc chipurile şi trupurile, cu întreaga lor densitate şi varietate de nuanţe şi sentimente pe care le oferă comunicării. Persoanele sunt în legătură permanentă, dar în acelaşi timp fiecare este ţintuit în faţa ecranului său şi despărţit de celelalte persoane în carne şi oase, chiar şi atunci când se află în imediată apropiere. în acest fel, fiecare om, chiar atunci când comunică cu alţii, până la urmă nu poate să simtă altceva decât un sentiment de solitudine, chiar de izolare, pe care încearcă la nesfârşit să-l alunge citindu-şi frenetic mesajele, aşteptând neliniştit să mai primească unul sau grăbindu-se să mai trimită unul. Aici se vede că satul planetar nu mai e deloc un sat adevărat, pentru că vecinii nu sunt adevăraţi vecini, apropia- ţii nu sunt apropiaţi de-adevăratelea, iar prietenii nu sunt deloc prieteni adevăraţi.

APARIŢIA LUI *HOMO CONNECTICUS* SI A LUI *HOMO COMMUNICANS*

Nu este exagerat să spunem că noile media au format, într-un timp scurt, un nou tip de om: *homo connecticus* şi *homo communicans.* Desigur, orice om este prin fire „în relaţie" şi „în comunicare"; aşa cum a subliniat cu tărie Aristotel acum aproape 2400 de ani, omul este un „animal social", şi cum au arătat recent, în două moduri diferi- te, curentul psihanalitic şi curentul personalist, persoana umană nu există şi nu se dezvoltă decât „în relaţie", limbajul având în această relaţie un rol fundamental.

Dar fiinţa umană are de asemenea nevoie, pentru a se dezvolta armonios – pe un plan care nu este doar psihologic, ci şi spiritual – deopotrivă de singurătate şi linişte (două elemente pe care spiritualitatea ortodoxă le pune alături sub numele de *isihie).* Şi psihologii ştiu foarte bine că adesea omul îşi face noi şi noi relaţii ca să nu rămână singur cu sine însuşi şi ca să nu fie nevoit să-şi asume astfel ceea ce Pascal numeşte „condiţia sa mizeră". Tot Pascal numea „divertisment" activitatea depusă de om pentru a se îndepărta *(divertere* în 1b. latină) de sine însuşi. Căutarea de legături şi comunicare permanentă a omului modern răspunde adesea acestei nevoi de a se uita pe sine însuşi, iar atunci ia forma unei dependenţe, asemănătoare dependenţelor vechi de când lumea, al căror scop fundamental este de asemenea acela de a evada din sine însusi, din realitate.

Noile media au constituit trama unui nou mod de viaţă care comportă o conexiune permanentă prin intermediul nenumăratelor aparate şi aparaturi, utilizatorul lor fiind pentru ele nu numai

o prelungire, ci un apendice, nu numai slujitorul, ci chiar robul lor. în această comunicare pe care ele o permit sub diverse forme, persoana nu mai are vreme de răgaz, nu doar pentru că aceste dispozitive trimit în permanenţă semnale care sunt tot atâtea apeluri, ci pentru că fără această relaţie mediatică ea se simte nefericită. Conexiunea şi comunicarea mediatică au devenit pentru ea într-atât o a doua natură, încât pentru mulţi dintre contemporanii noştri este de inimaginat o existenţă lipsită de ele. A trăi fără televizor, fără calculator, iară tabletă, fără smartphone pentru mulţi este ca şi cum ai trăi fără să respiri, fără să te hrăneşti; apar tot mai multe articole în care diverşi inşi obisnuiti cu o asemenea

> > » > conexiune şi comunicare vorbesc despre timpul petrecut fără aceste aparate ca şi cum ar istorisi o faptă de mare eroism. Omului nu-i este de ajuns faptul că este informat printr-un semnal că a primit un mail sau un SMS, ci simte nevoia să-şi consulte el însusi în mod frenetic mailuri-

» > le, chiar dacă acolo nu găseşte decât informaţia „Nu aveţi mesaje noi”, sau să se uite des pe mobil, ca să constate că rubrica „mesaje” e goală, că n-a primit nici un nou SMS.

Tot aşa el simte nevoia de a controla în permanenţă numărul de *like-m* primite pe Facebook sau de *followers* pe Twitter, pentru a se asigura că există şi are valoare în ochii celorlalţi.

După cum notează Philippe Breton, nu numai că „reprezentarea omului ca fiinţă dedicată cu totul

comunicării şi supusă tiraniei imaginii (deopotrivă celei care este a sa şi celor care-i parvin prin media) a devenit în mod major dominantă”[109], ci şi „ciberspaţiul” sau „satul planetar” apar ca locuinţe fireşti pentru *homo connecticus* şi *homo communiccms,* iar ceilalţi membri ai acestei noi specii se prezintă drept concetăţenii, vecinii şi „prietenii” săi (noţiuni care, după cum vom vedea, sunt în mare parte inadecvate şi iluzorii).

La mijlocul secolului al XX-lea, unii gânditori americani – ca Daniel Beli, Alvin Toffler sau Zbigniew Brzezinski – au prevăzut, odată cu dezvoltarea ciberneticii (strămoş al informaticii), venirea unui al treilea val de civilizaţie (după cele produse de agricultură şi de tehnică), a unei ere noi, plină de promisiuni.

într-o viziune pur utopică şi cvasi-religioasă, unul dintre principalii teoreticieni ai ciberneticii, Norbert Wiener, susţinea că, în faţa entropiei (principiu de dezorganizare) care, sub influenţa unei forţe diabolice, ameninţa cu moartea societăţile moderne, singura şansă de salvare pentru umanitate, într-o societate bazată în totalitate pe comunicare, erau informaţia şi schimbul permanent de informaţii.[110] Wiener crea astfel „noua paradigmă a unui mod de a gândi relaţia, care închide realul în relaţional, şi relaţionalul în informaţional”.[111] Confirmând modul de a gândi al lui McLuhan, potrivit căruia mijlocul

109 *L' Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»,* La Découverte, Paris, 1999, p. 5.

110 *Cibernetique et société,* Deux Rives, Paris, 1952.

111 P. BRETON, *Le Culte de t Internet. Une menace pour le lien social?,* La Decouverte, Paris, 1999, p. 5.

de transmitere al mesajului este mai important decât mesajul însuşi, Wiener a stabilit că scopul mesajului este acela de a circula, iar al omului, acela de a-l face să circule.

în concepţia lui Wiener, omul îşi pierde identitatea în calitate de subiect individual şi devine o fiinţă pur relaţională, caracterizată în mod esenţial prin capacitatea sa de schimburi sociale, a cărui existenţă este constituită prin comunicarea pe care o operează şi a cărei valoare se măsoară prin gradul de complexitate al acestei comunicări. Omul încetează de a mai fi ceea ce Kant considera drept caracteristica unei persoane, şi anume un scop în sine, devenind un simplu mijloc şi, prin urmare, în cadrul comunicării, un mijloc de comunicare. Modul în care Wiener defineşte viaţa apare astfel ca o negare deopotrivă a libertăţii personale a omului, cât şi a interiorităţii sale, alte două caracte- ristici esenţiale ale persoanei umane: „A fi viu înseamnă a participa la un curent continuu de influenţe care vin din lumea exterioară şi de acte acţionând asupra ei, în care noi nu reprezentăm decât un stadiu intermediar.”[112] Altfel spus, omul nu trăieşte decât în măsura în care este integrat în- tr-o reţea de comunicare şi în măsura în care comunică.

Intr-un mod destul de straniu, în viziunea sa despre un om nou şi o nouă societate, înfăţişate ca idealuri, Wiener adopta poziţii antiumaniste, făcându-se apostolul unei umanităţi fără urmă de interioritate şi al unei comunicări importante prin forma sa, iar nu prin conţinutul său uman. De

112 *Cibernetique et société,* Deux Rives, Paris, 1952, p. 173.

altfel, el nu şi-a dat seama că această societate, gândită ca una capabilă să se opună entropiei, până la urmă, dimpotrivă, urma s-o provoace prin crearea unei lumi globalizate, în care valorile aveau să devină relative şi nediferenţiate, în care identităţile, atât personale, cât şi culturale ori religioase, aveau să fie spulberate.[113]

Dar, în anumite privinţe, viziunea sa despre un om conectat în permanenţă, dedicat pe de-a-ntregul comunicării, trăind prin ea şi extrăgându-şi din ea valoarea sa, s-a dovedit până la urmă profetică.

O COMUNICARE LIPSITĂ DE CONŢINUT, CARE-ŞI ESTE PROPRIA FINALITATE

După cum tocmai am văzut, pentru *homo communicans* comunicarea în sine este mai importantă decât conţinutul acesteia. Este important şi chiar vital să comunici, nu contează ce şi cui. Comunicarea în sine răspunde unei nevoi, nu ceea ce avem de spus, de citit, de auzit ori de privit.

Lucrul acesta este în mod deosebit adevărat în cazul dependenţelor: cei care sunt dependenţi de televizor se pun în faţa lui mai înainte de a şti ce-or să vadă, sau îl lasă să meargă aproape tot timpul, fără să le pese ce program urmăresc; cei care sunt dependenţi de Internei „intră pe Internei” iară să ştie de mai înainte ce caută, sau se exprimă pe forumuri fără să aibă ceva cu adevărat important

113S-ar putea obiecta că astăzi, în lume, identităţile tind să se întărească, dar faptul acesta nu este decât o reacţie la globalizare.

de spus, cei dependenţi de telefon îl utilizează mai tot timpul pentru a spune banalităţi sau pur şi simplu pentru a fi în contact, ofertele speciale de convorbiri nelimitate în reţea favorizând chiar conexiuni permanente fără alt obiect decât conexiunea însăşi.

Nevoia de a fi în permanentă comunicare însă poate fi percepută, independent de aceste extreme, de asemenea în nevoia continuă de a verifica dacă s-au primit noi mailuri sau SMS-uri, de a verifica contul de Facebook sau cel de Twitter, în neliniştea pe care o produce faptul că a trecut ceva timp de când nu s-au mai primit mailuri, sau de-a dreptul panica produsă de un calculator aflat în pană, când nu mai există conexiune la Internei sau nu ne mai găsim mobilul.

Philippe Breton face parte dintre cei care au denunţat în modul cel mai viguros acest ataşament al omului modern faţă de „o comunicare lipsită de conţinut care ajunge să-şi fie propria finalitate”.[114] înaintea lui, Jean Baudrillard a înregistrat această „comunicare de dragul comunicării”, a cărei „mizză nu mai este mesajul, ci faptul că ea pur şi simplu comunică ceva”, constituind „o lume de socialitate vidă”, „care priveşte necontenit cu aviditate spectacolul propriei sale existenţe nesigure”.[115]

HIPERCOMUNICAREA, UN MOD DE A SCĂPA DE SINGURĂTATE

114 P. BRETON, *L’Utopie de la communication. Le mythe du «village planetaire»*, La Decouverte, Paris, 1999, p. 5.

115 «L'ere de la facticite», în L. SFEZ şi G. COUTLEE (ed.), *Technologies et symboliques de la communication,* Presses Universicaires de Grenoble, 1990, p. 39.

Hipercomunicarea omului conectat, prin însuşi faptul că pune forma (comunicarea propriu-zisă) mai presus de conţinut (natura mesajului transmis), indică îndeajuns de limpede finalitatea sa principală, şi anume aceea de a fi un subterfugiu pentru singurătate.

Nu e de mirare că noile media, în calitate de factori de comunicare pe cât se voieşte şi oricând se voieşte, s-au dezvoltat într-o societate ai cărei membri nu mai au atât de multe legături ca în societăţile tradiţionale, o societate în care generaţiile sunt în conflict, în care familiile se destramă, căsătoria e în criză şi uniunea familială instabilă, în care tot mai multe persoane, mai ales în oraşe, dar şi la ţară, trăiesc singure, nu doar când ajung la bătrâneţe, ci chiar la tinereţe. Este o izolare fizică, dar şi psihologică, intensificată de reducerea reperelor şi a valorilor comune pe baza cărora, odinioară, uşor se puteau stabili relaţii profunde. La adolescenţi, această izolare este accentuată de neînţelegerile, de conflictul dintre generaţii, induse de schimbările din societate (atât în privinţa valorilor, cât şi a tehnologiilor), care s-au produs foarte rapid şi la care părinţii nu s-au adaptat la fel de uşor precum copiii.

în mod paradoxal, hipercomunicarea nu rezolvă problema singurătăţii, ci într-o anumită măsură o agravează. Pentru că, după cum vom vedea, ea instaurează o relaţie superficială, care nu atinge acele zone profunde ale personalităţii, unde se resimte sentimentul de singurătate, şi un contact virtual, care nu implică persoanele aflate în relaţie în deplina realitate a fiinţei lor.

Tocmai această lipsă de plenitudine a relaţiei, resimţită în planul calităţii, este cea care duce la înmulţirea relaţiilor în planul cantităţii, extindem relaţiile pe plan cantitativ, într-o cursă neînfrânată, care nu ajunge niciodată la capătul ei.

NOILE MIJLOACE DE COMUNICARE, OBSTACOLE ALE COMUNICĂRII

Noile mijloace de comunicare sunt adesea, în mod paradoxal, mijloace de non-comunicare sau de comunicare proastă, de-a dreptul obstacole în calea comunicării.

Se poate constata de la bun început cum caracterul prin definiţie scurt al SMS-urilor şi al mesajelor de pe Twitter sărăceşte conţinutul mesajelor, îl lipseşte de orice nuanţă şi de orice subtilitate, ca şi de cele mai elementare formule de politeţe de introducere şi de încheiere.

Putem nota apoi că, atunci când e vorba de comunicări verbale şi faţă către faţă, cu greu pot fi purtate mai mult decât câteva minute fără să fie întrerupte de soneria mobilului unuia dintre interlocutori. Iar în acest caz, mai întotdeauna, nu se ignoră apelul, pentru a da de înţeles apelantului că nu suntem disponibili în acel moment şi că trebuie să revină mai târziu, ci dimpotrivă, i se acordă prioritate, abandonând persoana cu care vorbim şi întrerupând o dată mai mult cursul conversaţiei, care devine astfel fragmentată, scindată, dezlânată.

Aceeaşi problemă apare de asemenea atunci când, acasă sau la muncă, există două telefoane

(lucru obişnuit chiar şi pentru persoanele particulare, care au adesea şi un telefon, şi un mobil). În mod frecvent se întâmplă ca discuţia cu o persoană să fie brusc întreruptă printr-un rapid „Scuzaţi-mă, trebuie să închid, mă sună cineva!”. Cel astfel expediat are impresia că e mai puţin important decât cel căruia i se răspunde pe dată, când de fapt interlocutorul său răspunde la celălalt apel, gândind că s-ar putea să fie vorba de ceva urgent şi mai important, ceea ce se întâmplă foarte rar.

RESTRÂNGEREA VIEŢII COMUNITARE

Noile media sunt în acelaşi timp rezultatul şi sursa unei restrângeri a vieţii comunitare.

De o anumită manieră, dezvoltarea telefoniei mobile este legată de o restrângere a vieţii comunitare. După cum observă un eseist contemporan, „avem nevoie de o mediere electronică pentru a comunica, ca să ne adaptăm la o lume care ne atomizează pe fiecare dintre noi şi ne fragmentează viaţa”.[116] Este un mijloc de recreare de legături în- tr-o societate în care legăturile dintre persoane au slăbit, fiindcă viaţa comunitară a sărăcit sau a dispărut, nu doar în oraşe, ci chiar şi în sate, şi mai ales fiindcă în societăţile

116 PIECES ET MAIN D’CEUVRE, *Le Telephoneportable, gadget de destruction massive-,* L’Echappee, Montreuil, 2008, p. 46.

occidentale moderne. Coeziunea vieţii de familie a fost slăbită de faptul că bunicii nu mai trăiesc împreună cu copiii şi nepoţii lor, de criza prin care trece instituţia căsătoriei, de înmulţirea familiilor monoparentale sau a persoanelor care trăiesc singure.

Dar, în acelaşi timp şi cu mult mai mult, noile media provoacă o restrângere a vieţii comunitare chiar acolo unde ea ar putea exista. Ele sunt responsabile de scindarea vieţii conjugale şi familiale şi de asemenea, în parte, a altor forme de viaţă comunitară.

Când radioul şi-a făcut apariţia în casele oamenilor, el a luat adeseori locul conversaţiilor purtate de membrii familiei în timpul meselor. Cu aceeaşi funcţie uzurpatoare, în urma lui, a venit televizorul, mai ales în casele în care masa se ia în timpul jurnalului de ştiri, urmărit cu o atenţie de-a dreptul religioasă, situaţie frecventă, potrivit studiilor efectuate.[117] în afară de aceasta, emisiunile pentru copii şi emisiunile pentru adulţi îi separă pe unii de alţii în fiecare zi, pentru multe ore, iar emisiunile urmărite în comun reduc aproape la zero conversaţiile sau schimbul de idei, pentru că atenţia pe care fiecare o acordă celor ce se petrec pe ecran duce la neatenţie faţă de celălalt şi la reducerea comunicării interpersonale. în multe case în care există câte un televizor în fiecare cameră, izolarea este şi fizică, nu doar verbală.

Navigarea pe Internet a avut ulterior acelaşi

117[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»,* La Découverte, Paris, 1999, pp. 12, 160.

efect. în multe familii, soţul sau soţia ajung să se plângă că, în atenţia şi inima celuilalt, locul lor a fost luat de calculator.

Jocurile video, prin concentrarea şi continuitatea pe care le impun, produc pe durate lungi stări de adevărat autism, când persoana devine surdă şi oarbă la tot ce este înjurai ei.

Jocurile mai puţin solicitante, pe Internet sau pe smartphone, au devenit şi ele factori de izolare, şi frecvent pot fi văzuţi soţi care stau unul lângă altul fără să se privească sau să-şi vorbească, văzându-şi fiecare de jocul pe tableta sau pe mobilul său.

Telefoanele mobile în calitate de vectori de mailuri, de SMS-uri sau de comunicări vocale, au acelaşi efect de disociere a cuplurilor, a familiilor şi a grupurilor, după cum oricine poate observa adesea. Deja, în timpul recreaţiei, elevii nu mai au activităţi colective, ci se înşiră de-a lungul zidului şcolii pentru a-şi verifica mobilul. Reuniunile de orice fel, mesele între prieteni şi chiar slujbele religioase nu sunt ferite de această practică.

Toată lumea comunică tot timpul cu multă lume, dar nu şi cu aproapele, în sensul fizic al termenului.

Pe bună dreptate, Philippe Breton subliniază că ne aflăm într-o „societate în care oamenii comunică mult şi se întâlnesc puţin”[118].

Se poate chiar constata că „ceea ce era menit să-i apropie pe oameni lasă impresia difuză că îi separă încă şi mai mult”[2], nu doar pentru că fiecare se izolează de cei apropi- aţi pentru a desfăşura activităţi mediatice, ci şi pentru că,

118 *Ibid.,* p. 8.

atunci când este în mod fizic alături de ceilalţi, solicitarea mediatică la care răspunde cu prioritate îl separă în mod psihologic de ei, sau întrerupe frecvent legătura cu ei, aşa încât el se află alături de ei fără să fie într-adevăr cu ei, adică cu adevărat prezent şi deschis către persoana lor.

occidentale moderne coeziunea vieţii de familie a fost slăbită de faptul că bunicii nu mai trăiesc împreună cu copiii şi nepoţii lor, de criza prin care trece instituţia căsătoriei, de înmulţirea familiilor monoparentale sau a persoanelor care trăiesc singure.

Dar, în acelaşi timp şi cu mult mai mult, noile media provoacă o restrângere a vieţii comunitare chiar acolo unde ea ar putea exista. Ele sunt responsabile de scindarea vieţii conjugale şi familiale şi de asemenea, în parte, a altor forme de viaţă comunitară.

Când radioul şi-a făcut apariţia în casele oamenilor, el a luat adeseori locul conversaţiilor purtate de membrii familiei în timpul meselor. Cu aceeaşi funcţie uzurpatoare, în urma lui, a venit televizorul, mai ales în casele în care masa se ia în timpul jurnalului de ştiri, urmărit cu o atenţie de-a dreptul religioasă, situaţie frecventă, potrivit studiilor efectuate.[119] În afară de aceasta, emisiunile pentru copii şi emisiunile pentru adulţi îi separă pe unii de alţii în fiecare zi, pentru multe ore, iar emisiunile urmărite în comun reduc aproape la zero conversaţiile sau schimbul de idei, pentru că atenţia pe care fiecare o acordă celor ce se petrec pe ecran duce la neatenţie faţă de celălalt şi la reducerea comunicării interpersonale. În multe case în care există câte un televizor în fiecare cameră, izolarea este şi fizică, nu doar

119 Mai mult de o familie din două ia prânzul cu ochii la televizor, iar când e vorba de cină, două din trei...

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, pp. 12,160.

verbală.

Navigarea pe Internet a avut ulterior acelaşi efect. în multe familii, soţul sau soţia ajung să se plângă că, în atenţia şi inima celuilalt, locul lor a fost luat de calculator.

Jocurile video, prin concentrarea şi continuitatea pe care le impun, produc pe durate lungi stări de adevărat autism, când persoana devine surdă şi oarbă la tot ce este în jurul ei.

Jocurile mai puţin solicitante, pe Internet sau pe smartphone, au devenit şi ele factori de izolare, şi frecvent pot fi văzuţi soţi care stau unul lângă altul fără să se privească sau să-şi vorbească, văzându-şi fiecare de jocul pe tableta sau pe mobilul său.

Telefoanele mobile în calitate de vectori de mailuri, de SMS-uri sau de comunicări vocale, au acelaşi efect de disociere a cuplurilor, a familiilor şi a grupurilor, după cum oricine poate observa adesea. Deja, în timpul recreaţiei, elevii nu mai au activităţi colective, ci se înşiră de-a lungul zidului şcolii pentru a-şi verifica mobilul. Reuniunile de orice fel, mesele între prieteni şi chiar slujbele religioase nu sunt ferite de această practică.

Toată lumea comunică tot timpul cu multă lume, dar nu şi cu aproapele, în sensul fizic al termenului.

Pe bună dreptate, Philippe Breton subliniază că ne aflăm într-o „societate în care oamenii comunică mult şi se întâlnesc puţin”[120].

Se poate chiar constata că „ceea ce era menit să-i apropie pe oameni lasă impresia difuză că îi

120 *Ihid.,* p. 8.

separă încă şi mai mult”[2], nu doar pentru că fiecare se izolează de cei apropi- aţi pentru a desfăşură activităţi mediatice, ci şi pentru că, atunci când este în mod fizic alături de ceilalţi, solicitarea mediatică la care răspunde cu prioritate îl separă în mod psihologic de ei, sau întrerupe frecvent legătura cu ei, aşa încât el se află alături de ei fără să fie într-adevăr cu ei, adică cu adevărat prezent şi deschis către persoana lor.

În mod paradoxal, posibilitatea oferită persoanei de noile media de a lua legătura sau de a se lua legătura cu ea în orice moment, crearea de reţele de socializare care permit o punere în legătură instantanee şi permanentă a fiecărui membru cu zeci, sute sau chiar mii de alţi membri, deveniţi „prietenii” lui, înmulţirea contactelor şi a mesa-jelor, şi aşadar hiperconectarea şi hipercomunicarea instituite prin toate aceste modalităţi s-au manifestat în final printr-o reducere şi o sărăcire a comunicării dintre per-soanele aflate în mod real în contact în mediul lor concret, şi chiar au reuşit în multe cazuri să izoleze individul mai mult decât oricând.

Intr-un anume sens, abstractizarea mediului concret şi starea de absenţă faţă de celelalte persoane prezente sunt mai mult impuse decât voite de omul supus solicitărilor sau tentaţiilor la conectare, la care nici măcar nu se gândeşte să reziste, ci, dimpotrivă, cedează bucuros, ca şi cum relaţia virtuală care i se propune ar fi mai promiţătoare decât relaţia reală pe care o poate stabili în acelaşi moment. Dar într-un alt sens

tendinţa omului modern de a se izola de ambianţa reală prin folosirea mijloacelor de comunicare în masă dovedeşte dificultatea lui de a trăi în mod concret cu ceilalţi – ceea ce explică de asemenea criza prin care trece căsătoria (ca făgăduinţă a unei uniri pe viaţă) şi chiar a cuplului (ca viaţă trăită împreună) –, adică de a consimţi necesarele sacrificii pe care le implică orice fel de viaţă comunitară care ţine de proximitate. Lucrul acesta trebuie situat în contextul unei societăţi hedoniste, care face din dorinţele şi plăcerile individuale valori absolute.

Pentru că nu poate coabita în mod real cu ceilalţi, *homo connecticus* îşi crează propria sa lume, virtuală, în care se închide, aflându-şi în ea plăcerea, fiindcă este o lume croită pe măsura lui, ferită de constrângerile din lumea reală şi de exigenţele impuse de relaţiile cu ceilalţi, o lume în care domneşte ca stăpân al ei.

Philippe Breton observă că: „Preţul aparentei uşurinţe a comunicării mediatice [este] dezvoltarea inaptitudinii pentru confruntarea directă. [...] în acest univers în care totul este Internet, individul este mânat să dispună de propriul său teritoriu geografic de evoluţie, în sânul căruia nu mai trebuie să negocieze ceva cu un altul. Fiecare devine într-un anume fel suveran în propriul teritoriu şi nu mai are nici un interes să se mute pe teritoriul altuia.”[121]

Noua comunitate constituită de noile media se

121 *Le Culte de l’Internet. Une menace pour le lien social?,* La Découverte, Paris, 1999, p. 104.

dovedeşte a fi mai puţin acel „sat planetar” anticipat de McLu- han, cât un univers în care fiecare îşi este propria lume.

DESCÀRNAREA RELAŢIILOR

într-o mare măsură, relaţiile virtuale, prin intermediul acestor media digitale, au luat locul relaţiilor reale.

Se poate obiecta că „virtual” nu este sinonim cu „ireal” şi că relaţiile virtuale există cu adevărat. Ele există, desigur, dar cu o realitate diminuată.

în relaţia mediatică virtuală, persoana nu este prezentă în deplina sa realitate, ci doar cu vocea, cu scrisul şi eventual cu imaginea sa.

Ceea ce este frapant în relaţiile stabilite prin majoritatea mijloacelor de comunicare digitale este absenţa trupurilor, de unde caracterul lor descărnat.

Autorul de povestiri ştiinţifico-fantastice Isaac Asimov, în romanul său *Soarele gol*[122], descrie într-o manieră premonitorie o asemenea lume mediatizată – cu însuşirile duse la extrem în care trupurile sunt inactive, invizibile şi inutile...

122 În volumul *Le Grund livre des robots,* I, *Prelude u Tantor,* Presses de la Cite, 1990. Ediţia originală: *The Naked Sun,* Doubleday, New York, 1957. Acţiunea se petrece pe planeta Solaria. Populaţia este în număr mic, ceea ce permite ca fiecare locuitor să posede domenii imense. Pentru că locuitorii sunt foarte departe unii de alţii şi pentru că s-au obişnuit să trăiască singuri şi le este teamă de întâlniri concrete, contactele fizice între ei sunt aproape inexistente, iar relaţiile se stabilesc printr-un sistem de comunicare holografică, o prefigurare a sistemelor noastre de comunicare virtuală.

În comunicaţiile în care corpul este exclus, chiar şi sub formă de imagine, lucrul acesta li se pare unora că avantajează şi înlesneşte relaţia. Omul este mai puţin inhibat într-un contact telefonic decât în contactul cu o persoană pe care o are în faţă, în carne şi oase, şi încă şi mai puţin inhibat când e vorba de un contact pe un forum de discuţii. Media digitale sunt câteodată elogiate pentru faptul că facilitează contactele pentru persoanele timide, inhibate sau nevrotice, şi sunt chiar prezentate drept instrumente terapeutice care permit socializarea sau resocializarea. Dar lucrul acesta este numai în parte adevărat.

Problema de fond legată de dificultăţile relaţionale nu este rezolvată de această nouă formă de comunicare. Căutarea acestor forme noi de comunicare care nu implică prezenţa trupului este adeseori legată de frica de celălalt, de fuga de o confruntare cu el şi de evitarea unui contact faţă către faţă, de asumarea riscurilor pe care le implică dezvăluirea identităţii personale. Ele mai degrabă întăresc nevroza decât o tratează.

Pe deasupra, această aparentă socializare se situează în- tr-o lume paralelă cu cea reală, în absenţa trupurilor care oferă unei relaţii caracterul deplin, cu adevărat real şi totodată autentic.

Trupul este cel care contribuie de fapt la adevărul comunicării, căci uşor însală cuvintele când nu avem în fata noastră persoana care le rosteşte, în carne şi oase. Trupul îmbogăţeşte comunicarea prin atitudinile, gesturile şi expresiile

sale, care completează cu puternica lor semnificaţie înţelesurile cuvintelor şi chiar le întrec – pentru că pot să le arate ca adevărate sau, dimpotrivă, ca făţarnice şi false. Trupul aduce vorbirii căldura simţirii, prin tonul folosit, o dinamizează, prin ritmul folosit. Privirea mai cu seamă poate să dea la iveală lăuntrul inimii. Aşa încât, descăr- narea cuvântului însăi contribuie la descărnarea relaţiilor produsă de noile media.

SĂRĂCIREA CALITATIVĂ A COMUNICAŢIILOR INTERPERSONALE

Noile media nu au desfiinţat relaţiile dintre oameni, dar, chiar înmulţindu-le, le-au sărăcit calitatea.

De vreme ce putem contacta pe cineva prin SMS sau mail, ce rost mai are să ne întâlnim cu el fată către fată? Şi comunicarea prin noile media este limpede că va fi mai săracă.

Mai întâi, pentru că ea se face fără ca interlocutorul să fie de faţă, aşadar nu beneficiază de forţa prezenţei sale, de încărcătura afectivă a unei comunicări reale şi de îmbogăţirea pe care o produc elementele metalingvistice (expresia, privirea, tonul folosit, gesturile, mimica...) amintite anterior.

în al doilea rând, pentru că forma dialogului va fi mai simplă şi conţinutul mai scurt, după cum se poate constata din mailuri, SMS-uri, mesaje de pe

Twitter, care ocupă azi o mare parte a comunicării.

în al treilea rând, pentru că aceste diferite forme de comunicare reduc la extrem şi chiar elimină formulele de politeţe şi celelalte forme de amabilitate, de introducere şi de încheiere, pe care le impunea modul de a coresponda folosit odinioară; ele aveau, desigur, un caracter formal, dar datorită lor legătura se stabilea şi se menţinea dincolo de conţinutul strict utilitar al mesajului central.

Acest lucru este deosebit de vizibil în SMS-uri şi în mesajele de pe Twitter, dar el se manifestă şi în mailuri, cu toate că acestea se pretează la mesaje mai ample şi folosesc forme lingvistice normale.

Mailul, iute trimis şi iute primit, se integrează într-un context global al comunicării rapide, chiar atunci când el însuşi nu are un caracter de urgenţă. Cel care redactează mesajul iniţial sau răspunsul la el, adesea prins în această comprimare şi accelerare a timpului, se simte obligat să fie scurt, fie că întreabă ceva, fie că răspunde la ceva. Lucrul acesta se transpune într-o pierdere progresivă pe mai multe planuri:

1) mesajul în sine este mai puţin amplu şi mai puţin nuanţat decât dacă ar avea forma unei scrisori normale;

2) redus adesea la esenţial, adică la scopul urmărit, el capătă forma autoritară sau chiar cominatorie a unui ordin, lăsând deoparte politeţea şi respectul datorate celui cu care se corespondează;

3) formulele de politeţe, de introducere şi de

încheiere sunt mai scurte – în mod frecvent reduse la scurte formule cu caracter formal – şi uneori absente; formulele de introducere şi de încheiere din corespondenţa clasică aveau şi ele un caracter formal, fiind puternic codificate, dar ele se desfăşurau pe o paletă vastă şi permiteau exprimarea fin nuanţată a sentimentelor şi a respectului, care vădea treapta pe care erau plasaţi corespondenţii în ierarhia socială, gradul de familiaritate, de apropiere sau de distanţă dintre ei;

4) mesajul capătă un caracter efemer (înrudindu-se mai mult cu vorba care zboară decât cu scrisul care rămâne), iar grija aproape exclusivă referitor la conţinut a celui care îl trimite îl face pe corespondent să neglijeze într-atât forma, încât, în comparaţie cu stilul scrisorilor, stilul mai- lurilor se arată în general foarte sărac, nu doar în plan literar, ci şi în plan uman, adesea foarte strâns legat de el.[123]

UN NOU INDIVIDUALISM

Izolarea omului modern de cei care sunt în mod real şi concret în preajma sa, prin preferinţa sa pentru contactele virtuale, este – prin aspectul ei voluntar – asimilabilă unei noi forme de individualism, perfect integrată în tendinţa generală către individualism a societăţilor liberale moderne.[124] Philippe Breton constată un dublu

123A se vedea J.-CI. MONOD, *Ecrire â l'heure du tout message,* Flammarion, Paris, 2015, p. 66 şi*passim.*

124 Cf. P. BRETON, *L'Utopie de la communication. Le mythe*

paradox: pe de o parte faptul că „universalizarea planetară a gusturilor, normelor şi comportamentelor, construirea unui spaţiu public universal" sunt însoţite de „o închidere în sine a individului"; pe de altă parte, faptul că „omul modern [...] în acelaşi timp se dedă căutării nesăţioase a unui contact virtual şi lipsit de realitate şi refuză, chiar cu dezgust, orice contact real cu celălalt".[125]

UN AUTISM GENERALIZAT

Autismul nu este caracterizat doar printr-o închidere în sine, ci şi prin ceea ce explică această închidere în sine, şi anume teama vecină cu panica de întâlnirea concretă cu celălalt. La omul conectat, putem vorbi de un dublu autism.

Primul îl instituie, pe de o parte, separarea de celălalt, izolarea şi închiderea în sine pe care le implică folosirea noilor media, iar pe de altă parte, dificultatea de a merge cu curaj în întâmpinarea lor, de a se afla, adică, în însăşi prezenţa lor, în deplina lor realitate trupească, şi de a stabili cu ei o legătură faţă către faţă; aceasta pentru că noile media, după cum am văzut, stabilesc o stare de distanţare chiar în momentul în care par că desfiinţează distanţele.

Al doilea îl instituie faptul că omul modern se foloseşte de comunicare mai puţin ca de un mijloc de a se îndrepta către ceilalţi, şi mai mult ca de un

du «village planetaire». La Decouverte, Paris, 1999, pp. 12, 153, 159.

125 *Ibid...* p. 153.

mijloc de a se îndrepta către sine folosindu-se de ceilalţi. Pentru mulţi, Facebook nu este decât un mijloc de măsurare, prin numărul de *like-MXi* primite, a stimei pe care o au faţă de ei ceilalţi, iar Twitter, un instrument de evaluare a numărului de*followers.* Ele sunt de asemenea mijloace de a te expune şi a te pune în valoare în ochii celorlalţi. Noile media nu sunt adesea decât oglinzi ale propriului eu.

Este de asemenea interesant să notăm că forumurile de discuţii adeseori sunt mai puţin cu adevărat mijloace de a purta discuţii, cât un mijloc de a-ţi pune în valoare propriile idei sau chiar simpla prezenţă (multe intervenţii nu sunt decât replici sau pur şi simplu vorbărie goală). Astfel, Michel Bera şi Eric Mechoulan constată că: „Departe de a conduce către atenţia faţă de celălalt, departe de a deprinde cu ascultarea celuilalt, grupul de discuţii în reţea, fiind un grup «virtual», permite ceea ce realitatea interzice: să vorbească toţi în acelaşi timp fără să acorde vreo atentie vorbelor celuilalt şi fără ca cineva să fie nevoit să-şi încheie cuvântul.”[126]

RELAŢII VIRTUALE SI RELAŢII REALE

Noile media au înlocuit treptat relaţiile reale cu relaţii virtuale. După cum am notat deja, relaţiile virtuale nu sunt complet ireale. Ele au cel puţin o

126 *La Machine Internei,* Editions Odilejacob, Paris. 1999,p. 154.

realitate digitală, sub formă de texte, de imagini, de cuvinte sau de sunete.

Dar ca urmare a faptului că relaţia cu celălalt nu este directă – adică faţă către faţă, implicând deplina realitate concretă şi deplina prezenţă a persoanelor aflate în relaţie –, ci mediatizată, ea nu numai că este imperfectă, incompletă în ceea ce priveşte realitatea ei. Există şi o întreagă distanţă între realitate şi reprezentarea ei.

La aceasta se adaugă faptul că ea poate fi trunchiată.

Reprezentarea poate fi manipulată de emiţător şi chiar de media însăsi.

>

Am vorbit deja despre problema manipulărilor realizate de televiziune în legătură cu difuzarea informaţiilor sau cu emisiunile tot mai numeroase de tip *reality show,* care pretind a fi o pură reflectare a realităţii filmate în stare brută, dar care, de fapt, se supun unor scenarii concepute în prealabil sau potrivite ulterior într-un mod convenabil.

Forumurile de discuţii activează mai degrabă personaje decât persoane, care se exprimă în majoritatea cazurilor sub unul sau mai multe pseudonime şi adesea interpretează un rol. Acolo, ca şi pe Facebook, cei care intervin evită să se prezinte sub adevăratul lor chip şi caută înainte de toate să ofere celorlalţi o imagine de sine care-i avantajează, adică exagerat de bună, prin care defectele sunt mascate, iar calităţile, reale sau închipuite, sunt amplificate.

FALŞII PRIETENI DE PE FACEBOOK

O formă particulară de virtualitate este cea a „prietenilor” de pe Facebook. Termenul trebuie pus între ghilimele din două motive.

Cel dintâi este acela că el e folosit cu bună ştiinţă, în mod ingenios, de cei care au conceput reţeaua, pentru a da impresia că el permite stabilirea de reale relaţii de prietenie, de veritabile comunităţi sau reţele de prieteni. Un argument care nu poate să nu atragă membri într-o societate în care comunităţile fireşti se dezagregheazăă, în care tot mai multe persoane au parte de izolare şi de singurătate, şi în care reţelele de socializare par să fie o soluţie alternativă.

Al doilea motiv este faptul că noţiunea de prieten şi de prietenie este pe Facebook cu totul demonetizată.

Ştim doar de câtă vreme şi de câtă temeinicie este ne

> >

voie pentru statornicirea unei adevărate prietenii; ştim doar câtă rigoare şi migală cer îngrijirea şi dăinuirea ei. După cuvântul lui Isus Sirah (6, 7): „Dacă vrei să-ţi faci un prieten, fă-l punându-l la încercare şi nu te grăbi să te încrezi în el.” Prietenia adevărată este un chip al iubirii întemeiate pe profunda cunoaştere reciprocă, pe potrivirea nu doar de gusturi, ci şi de idei, pe aptitudinea de ascultare şi întrajutorare reciprocă; şi toate acestea nu pot fi nici întemeiate, nici experiate în relaţiile mediatizate, mai întotdeauna grăbite şi superficiale.

Pe Facebook, este de ajuns un clic pentru a-i spune cuiva că ne place de el sau că îl socotim prietenul nostru. Ce preţ se poate pune pe aceste declaraţii care nu sunt câtuşi de puţin probate?

Nevoia fiecăruia de a fi iubit, de a fi plăcut, *homo con- necticus* caută să şi-o împlinească printr-o colecţie de *li-* Zr-uri, de *friends* sau de *followers.* Numărul acestora, pe care îl verifică necontenit, este pentru el o măsură nu doar a cotei sale de popularitate, ci şi a importanţei şi a valorii pe care crede că o are în ochii celorlalţi. Până la urmă, numărul acesta se poate obţine în mod artificial — ca în cazul vedetelor de cinema sau al cântăreţilor, care recurg la clubul lor de fani sau la oficinele comerciale pentru a-şi mări numărul de Zz'^e-uri pe Facebook, numărul de *followers* pe Twitter, numărul de vizualizări pe YouTube... Şi atunci, ce însemnătate are în fond toată această cantitate, când adevărata măsură a unei prietenii sau a unei aprecieri este calitatea ei?

Fenomenul este bine cunoscut de multe persoane care au sute sau chiar mii de „prieteni” pe Facebook, şi nici un prieten adevărat în viaţa lor...

SPAŢIILE DE DISCUŢIE ŞI PROBLEMA PSEUDONIMELOR

Internetül a creat, chiar de la începuturile sale, site-uri dedicate în mod exclusiv discuţiilor, în direct sau nu (forumuri, *chat rooms},* sau oferind, într-un plan secund, loc pentru discuţii (zonă de comentarii ale articolelor postate pe bloguri).

Discuţiile, prin aportul divers şi complementar

al fiecărui internaut, pot fi o sursă de îmbogăţire personală pentru participanţi şi pentru cititori. Ele cumulează în mod treptat diferite puncte de vedere, diferite cunoştinţe; oferă posibilitatea de a vedea cum un subiect poate fi tratat din diferite unghiuri şi sub noi aspecte, de a-l cunoaşte în profunzime şi, în final, ele pot constitui un adevărat dosar al chestiunii în cauză. în acest caz se poate stabili un fel de întrajutorare: cei mai ştiutori, mai experimentaţi sau care înţeleg mai bine problema pot să-i ajute pe începători, care caută rezolvări, au mai puţine cunoştinţe sau mai puţină experienţă. Uneori idei eronate pot fi îndreptate prin acest schimb de opinii. Persoane izolate se pot simţi legate şi unite între ele printr-o credinţă, prin idei sau puncte de vedere comune, iar forumul devine astfel un factor suplimentar de relaţie şi de unitate.

Şi totuşi, pe lângă aceste aspecte pozitive, sau în legătură cu ele, spaţiile de discuţii prezintă aproape inevitabil aspecte negative şi pun celor care le gestionează, sau cititorilor, o serie de probleme, legate în principal de folosirea pseudonimelor *(nickname)* de către cei care iau parte la ele.

1. O problemă, care a fost deja semnalată cu privire la Wikipedia şi alte spaţii bazate pe contribuţii multiple, priveşte nivelul de competenţă şi de autoritate al partici- panţilor. În foarte rare cazuri cei care iau parte la discuţiile purtate pe forumuri sau bloguri sunt persoane cu o com- petenţă recunoscută în această diversitate a

domeniilor abordate. Pentru că astfel de persoane au de fapt la îndemână alte mijloace de exprimare şi, cel mai adesea, se ţin departe de discuţiile purtate pe forumuri sau bloguri, care sunt cronofage, iar ocupaţiile acestor persoane nu le oferă decât foarte puţin timp liber. Este de altfel neplăcut pentru cei cu autoritate într-un domeniu sau altul să-şi vadă atacate propriile afirmaţii, contestate sau contrazise cu superficialitate de inşi mai puţin autorizaţi sau competenţi decât ei, dar care se exprimă totuşi cu mare îndrăzneală şi fără nici o reţinere, datorită faptului că se ascund în spatele unor pseudonime.

Anonimatul permite oricui să-şi exprime punctul de vedere în orice domeniu, chiar dacă nu are nici o competenţă şi nici o autoritate recunoscute. în multe spaţii de discuţii se văd adeseori comentatori care se exprimă ca să se afle în treabă, fără să aibă nimic de spus.

între participanţii la discuţie se stabileşte în mod spontan o ierarhie care nu ţine de cunoaştere şi de competenţă, ci una formală şi înşelătoare, legată de aplombul sau de modul în care se exprimă fiecare, ori de cantitatea cunoştinţelor sale într-un anumit domeniu. Dar, în ceea ce priveşte fondul, cel mai adesea acesta este de slabă calitate, din cauza necunoaşterii depline a domeniului discutat, în ansamblul său, a lipsei de discernământ sau a proastei înţelegeri a lucrurilor. Se constată foarte des o lipsă de rigoare şi de precizie în prezentarea cunoştinţelor şi a ideilor. în tratarea subiectelor se observă în mod global un

acelaşi nivel scăzut. Se poate obiecta că folosirea pseudonimelor nu poate fi incriminată în această privinţă şi că tot aşa ar sta lucrurile şi atunci când cei care participă la discuţie şi-ar face cunoscut numele. Totuşi putem considera că utilizarea pseudonimelor agravează situaţia, pentru că astfel se evită riscul de a fi privit în mod personal ca incompetent şi elimină orice reţinere sau măsură în luările de poziţie.

2. O altă problemă, legată de cea anterioară, este cea a relativizării subiectelor tratate. În forumuri, întotdeauna apare o intervenţie care contrazice cele spuse, oricare ar fi nivelul de autoritate şi de pertinenţă al acestora. Chiar atunci când cineva face afirmaţii pline de adevăr, de bun simţ, bazate pe argumente, este aproape inevitabil ca altcineva să vină imediat să le contrazică, să le deformeze, să le modifice; folosirea unui pseudonim favorizează şi în acest caz, ca şi în altele, superficialitatea şi iresponsabilitatea.

Discuţia sfârşeşte aproape întotdeauna prin slăbirea autorităţii participanţilor care o au, prin relativizarea subiectelor tratate, lăsând în final o impresie de imprecizie şi incertitudine.

Până la urmă, ne putem întreba la ce bun toată această discuţie. Administratorul unui blog francofon foarte frecventat, care a fost multă vreme deschis pentru discuţii, mărturisea recent: „Personal, nu particip la forumuri, pentru că sunt lipsite de orice rost.”

3. O a treia problemă o constituie faptul că

folosirea pseudonimelor favorizează lipsa de respect, criticile şi insultele adresate celorlalţi participanţi. Pot fi constatate frecvent intervenţii extrem de violente, pe care moderatorii nu le filtrează, din grija, în cel mai bun caz, de a nu opera o acţiune de cenzură sau de a nu-i supăra pe cei care intervin, tăindu-le cuvintele, iar, în cel mai rău caz, din dorinţa de a face cât mai animat forumul sau blogul lor.

Scriind sub un pseudonim, comentatorul are un soi de dublă personalitate, care îl face să nu simtă în conştiinţa sa că, din punct de vedere moral, el nu are o purtare frumoasă faţă de celălalt. Dacă participanţii ar scrie folosindu-şi adevăratul nume, nu şi-ar permite o asemenea libertate şi astfel de cuvinte.

În general, se poate spune că folosirea pseudonimelor favorizează orice exagerare, orice exces, orice dezmăţ, orice lipsă de măsură, pentru că, folosind un pseudonim, în- tervenientul scapă, personal, de limitele impuse de viaţa normală în societate, de regulile bunei cuviinţe; nu mai trebuie să ţină cont de felul cum va fi perceput, privit şi judecat, ca persoană, de ceilalţi.

Spaţiul de discuţii în care persoanele se exprimă sub pseudonime este ca un fel de stat de o natură copilăroasă, unde nu mai există limitele impuse de societate, stăpânire de sine, reţinere în gândire şi în limbaj... Mai mult decât o curte de şcoală, unde, în recreaţie, copiii îşi vorbesc urât şi se bat fără ruşine, spaţiul de discuţii este adesea un teren de dezlănţuire a tuturor patimilor.

4. O a patra problemă o constituie faptul că folosirea pseudonimelor permite multe falsificări şi înşelătorii.

în mod frecvent participanţii folosesc mai multe pseudonime, nu doar în diferite forumuri, ci chiar în unul şi acelaşi forum. într-o aceeaşi discuţie, lucrul acesta poate să corespundă cu dorinţa de a da unei idei o greutate de natură cantitativă (adică să dea impresia că e susţinută de mai multe persoane). Ea poate să servească, de asemenea, pentru exprimarea unei idei în mai multe registre de limbaj diferit (o formă reţinută, o formă laxă şi o formă intermediară). Uneori acest lucru exprimă diferite faţete ale personalităţii comentatorului. Poate fi folosit de asemenea pentru animarea discuţiei şi pentru orientarea ei în- tr-o altă direcţie. De altfel, acesta este scopul faptului că administratorii sau moderatorii spaţiului de discuţie folosesc şi ei uneori unul sau mai multe pseudonime.

Toate acestea creează nu doar poziţii schizofrenice sau ambivalenţe, ci constituie cu adevărat o înşelăciune pentru cititori sau pentru ceilalţi participanţi, care, în mod naiv, cred că diferitele pseudonime sunt într-adevăr pseudonime ale unor interlocutori diferiţi.

5. Aceste realităţi aduc în discuţie fenomenul de *trolling,* binecunoscut în spaţiile de discuţii. Un *troll,* în vocabularul de Internei, desemnează o persoană care participă la o discuţie sau o dezbatere fie cu scopul de a se pune în mod ar- tificial în valoare (şi atunci vorbim de un *„troll*

benign"), fie cu scopul de a suscita sau a alimenta în mod artificial o polemică, şi în general de a perturba echilibrul comunităţii respective (vorbim în acest caz de un *„troll* malign").

Cuvântul *troll* are două posibile origini etimologice, amândouă semnificative: un *troll*este, pe de o parte, o creatură monstruoasă, răuvoitoare şi agresivă din mitologia scandinavă; pe de altă parte, este o lingură folosită drept momeală la pescuit.

Troll-ii folosesc bineînţeles unul sau mai multe pseudonime; în acest ultim caz, un *troll* poate, într-un moment al discuţiei, să discute cu el însuşi, ca s-o însufleţească sau să o orienteze într-un anume fel.

Când e vorba de *trolling,* comentatorul se arată ostil faţă de orientarea generală a discuţiei şi caută s-o modifice din interior sau să o degenereze în aşa fel încât să devină de nesuportat şi în cele din urmă să se încheie. Cel care se foloseşte de aceste două practici este aşadar un marginal, unul care nu ia parte la relativul consens al grupului, care aparţine altui grup sau unei alte tendinţe, dar care se deghizează şi foloseşte felurite stratageme pentru a nu fi reperat: o falsă naivitate, pseudonime diverse, care indică identităţi diferite referitor la etnie, sex sau vârstă ş.a.m.d.

Avem de-a face aici cu un fenomen care tine de min-

ciună şi înşelătorie, adesea cu o latură[5] perversă, mai ales în felul în care orchestrează conflicte de o anumită natură sau o zâzanie generală, pur şi

simplu pentru că lucrul acesta îi face plăcere. îndărătul *trolling-vkvă.* există de multe ori de asemenea mult orgoliu sau multă vanitate: iro/Z-ul caută să-şi probeze puterea de a orienta discuţia în direcţia dorită de el sau de a-i mâna pe ceilalţi să reacţioneze într-un fel sau altul; el caută şi „să înscrie puncte" în acest joc cu ceilalţi, pe care-i consideră simple personaje din- tr-un scenariu, şi cărora, aşadar, nu le acordă respectul cuvenit unor persoane; uneori, într-un mod mai banal, el caută pur şi simplu să se pună pe sine în valoare, făcând pe interesantul, când de fapt nu are nimic de spus.

6. Folosirea pseudonimelor duce la depersonalizarea şi lipsirea de realitate a interlocutorilor, care favorizează o manevrare reciprocă – şi de asemenea o manevrare a propriei persoane –, ca şi când ar fi vorba de nişte obiecte. Michel Bera şi Eric Mechoulan notează în această privinţă: „Evidenţa ne sileşte să constatăm că este mai uşor să faci din celălalt un obiect care poate fi folosit în orice fel, atunci când el este lipsit de materialitate, şi cu atât mai mult când nu i se vede chipul: cel cu care dialoghez nu este poate decât o umbră, în orice caz este mai puţin decât un om. Grupul de discuţii îmi permite să-mi etalez propria mască, dar lucrul acesta nu presupune să mă interesez de masca celorlalţi, şi cu atât mai puţin de ce/cine se ascunde în spatele ei. Nu întâmplător sexul a avut atâta succes *on line,* de vreme ce activitatea sexuală permite în cel mai mare grad să te serveşti de celălalt ca de un obiect de satisfacere a dorinţelor. Când îsi arată fata,

omenescul celuilalt se mai impune cumva; dar când aceasta dispare, nu mai e nimic care să deosebească acest simulacru rezidual de lumea obiectelor. Utilizarea Internetului are în ea o de-prindere încă nebănuită cu uitarea omenescului."[1]

Folosirea de pseudonime poate părea o dovadă de modestie. Dar poate fi vorba de modestie atunci când eşti un necunoscut oarecare? Dimpotrivă, adeseori e vorba aici de orgoliul celui care vrea să pară mai grozav decât este, sau de neputinţa de a se asuma pe sine însuşi, cu mărginirile sale, care ţine adesea tot de orgoliu. E vorba aici şi de teama de a se expune făţiş judecăţii celorlalţi, aşadar şi în acest caz avem de-a face cu o dificultate de asumare a propriei persoane, cu deplină smerenie, în faţa celuilalt.

Dar, dincolo de toate acestea, e vorba adesea de lipsa de curaj în susţinerea afirmaţiilor în nume propriu, de- clarându-ţi în mod cinstit identitatea, sau în asumarea în mod personal a ideilor pe care le aperi sau a afirmaţiilor pe care le susţii.

Mai există aici şi o incapacitate de a-ţi asuma responsabilitatea în ceea ce priveşte propriile idei sau afirmaţii, îndeosebi atunci când ele au un caracter excesiv (agresiv sau insultător).

'LaMachine Internet, Editions Odilejacob, Paris, 1999, p. 161.

După cum s-a arătat în repetate ori, folosirea unui pseudonim este o minţite şi o înşelare a celorlalţi. Faptul de a nu fi ceea ce suntem cu adevărat, persoană, ci un personaj – sau, potrivit sensului vechi al cuvântului *prosopon* (care desemnează acum persoana, în greceşte), o mască

– creează o relaţie falsificată cu noi înşine şi cu celălalt. Cel care adoptă un pseudonim nu intră în relaţie cu ceilalţi aşa cum este cu adevărat, iar în felul acesta falsifică dinspre partea lui relaţia cu ei; dinspre partea cealaltă, ceilalţi nu pot să-l perceapă şi să intre în relaţie cu el potrivit identităţii sale, aşadar relaţia lor cu el este de asemenea falsificată.

Tot aşa cum adesea în faptul că se admite folosirea de pseudonime, de o parte şi de cealaltă, există dorinţa subiacentă de a nu voi să intri în legătură cu o persoană cunoscută în realitatea sa adevărată, pentru a o putea manipula fără să-ţi faci probleme de conştiinţă, mai există şi o altă motivaţie – patologică, după cum subliniază psihiatrii Michel Hautefeuille şi Dan Velea –, aceea de a evita confruntarea făţişă cu celălalt şi, la modul nevrotic, de a scăpa de teama pe care o inspiră celălalt şi, în general, de teama de lumea reală: „Prin identitatea sa împrumutată, exclusiv virtuală, subiectul se pune la adăpost în faţa unui exterior perceput sau imaginat ca periculos, frustrant sau de coşmar.”[127]

în acest cadru psihopatologic putem observa de asemenea o utilizare a pseudonimelor care are drept scop construirea unei identităţi fictive în spaţiul de discuţii, care corespunde unui eu ideal, lipsit de imperfecţiunile eului real, împodobit cu calităţi inexistente şi greu de dobândit în realitate; acest eu constituie o personalitate dublă în pielea

127 *Les addictions â Internei. De lennui a la dependance,* Payot & Rivages, 2014, p. 205.

căreia intră cel care se ascunde în spatele unui pseudonim într-o existenţă paralelă cu cea reală, o schizofrenie cu atât mai periculoasă cu cât timpul petrecut pe Internet este mai important pentru el decât timpul din viaţa reală.

RELAŢII LIPSITE DE RESPONSABILITATE: BÂRFE, CALOMNII, HĂRŢUIRE

Un alt fenomen neo-mediatic care afectează relaţiile cu celălalt este cel al bârfelor, calomniilor şi hărţuirii pe Internet şi pe reţelele de socializare. Acestea permit foarte uşor astfel de comportamente şi, în general, o lipsă deplină de răspundere în raporturile sociale, pe de o parte pentru că virtualul pare a fi o lume diferită de real, care nu afectează acest real şi nu implică responsabilitate faţă de el, iar pe de altă parte, pentru că tot ce se face în cadrul noilor media pare întotdeauna a fi, mai mult sau mai puţin, un simplu joc.

Să râzi de cei mai slabi, să divulgi lucruri care ţin de intimitatea altora, să dezvălui purtări ale lor, fie reale sau închipuite, să-i vorbeşti de rău, să-i insulţi – toate acestea au devenit o plăcere şi un divertisment pentru mulţi elevi şi liceeni, ca şi hărţuirea. Victime şi „ţapi ispăşitori”, care, fără să aibă vreo vină, încasau odinioară cuvinte urâte şi glume răutăcioase la sfârşitul orelor, există şi azi, numai că atacurile se fac acum prin mesaje transmise pe reţelele de socializare; şi pentru că în felul acesta ajung la cunoştinţa multora, pentru că

sunt de natură psihologică, pentru că n-ai cum să li te opui şi pentru că nu pot fi şterse, aceste atacuri produc un mare rău. Adesea victimele – aflate la vârsta adolescenţei, când personalitatea este din punct de vedere psihologic fragilă şi tinde în mod spontan spre deprecierea de sine, suferind din pricina celei mai mici slăbiciuni, fie ea reală sau închipuită – sunt profund destabilizate şi cad în depresie sau chiar ajung să se sinucidă.

Fenomenul nu rămâne la nivel de curte de şcoală în timpul recreaţiei, ci îi afectează şi pe adulţi. Fiecare, având calculatorul în faţă sau un smartphone în mână, devine un soi de stăpân atotputernic, care – din dorinţa de răzbunare, din invidie sau pur şi simplu dintr-o plăcere sadică – face şi desface reputaţia celuilalt, folosindu-se de numeroasele site-uri de Internet sau de reţele de socializare, care permit postarea de texte, fotografii, secvenţe video sau audio (eventual trucate).

INTERNETÜL, „LADA DE GUNOI A ISTORIEI”

O problemă ridică faptul că, odată postat pe Internet, orice articol are toate sansele să rămână definitiv în reţea, pentru că este adesea preluat de alte site-uri, multiplicat, arhivat, şi lasă urme de nesters. în ultimii ani s-au înmulţit

> > J

aşa-numitele agenţii de *„e-reputation”,* care, contra cost, se ocupă de ştergerea de pe net a elementelor care aduc prejudicii imaginii şi reputaţiei persoanelor, dar ele nu reuşesc, cel mai

adesea, decât să le împingă într-un plan secund sau să contracareze paginile incriminate prin constituirea de pagini care le contrazic.

Binecunoscutul adagiu „scrisul rămâne” este valabil mai mult ca niciodată; şi putem adăuga: fotografiile şi secvenţele video rămân şi ele.

» >

Nu este o exagerare faptul că Alain Finkielkraut, în- tr-un interviu recent, califica Internetül drept „lada de gunoi a istoriei”.

VII

ÎNTÂLNIRI PRIMEJDIOASE

„Călcatu-m-au vrăjmaşii mei roată
ziua” *(Psalmul* 55, 2)

Orice navigare are zonele sale primejdioase. Loc de întâlnire şi descoperire, Internetül este, în parte, de asemenea un loc de întâlniri nocive şi de pierzanie. Nimic nou aici, nu e ţară sau oraş care să nu aibă astfel de locuri. Nou este faptul că noile media – televiziunea şi mai ales Internetül – le-au făcut cunoscute tuturor, uşor accesibile şi le-au permis să ne intre în casă şi să rămână alături de noi.

INTERNETÜL, ZONĂ LIPSITĂ DE REGIM JURIDIC ŞI DE SANCŢIUNI

în afară de intervenţia cu caracter excepţional a statelor pentru interzicerea site-urilor extremiste şi periculoase, în ceea ce priveşte persoanele particulare, ele pot să publice pe Internet – pe pagini personale sau, după cum se întâmplă cel mai adesea, pe bloguri şi forumuri – aproape orice şi despre orice, sau să creeze site-uri de vânzări prin corespondenţă, unde se scurg atât produse interzise, cât şi permise. S-a arătat adesea că Internetül este o zonă în care nu există regim juridic şi în care domneşte impunitatea. Sunt

dificile, ca să nu spunem imposibile, urmărirea şi stoparea contravenienţilor, dată fiind mulţimea de site-uri, de locuri de transmitere sau transmiţători simultani (cum este cazul reţelelor *peer to peer),* sau de diverse programe şi aplicaţii care permit mascarea identităţii (precum Tor sau Freenet).

De altfel, datorită programelor de tip Tor s-a constituit o lume paralelă, subterană şi invizibilă, denumită *dark- net,* unde înfloreşte traficul de tot felul de produse (arme, droguri...) şi unde se pot dezvolta, ferite de ochii poliţiei, toate activităţile interzise prin lege.

PROMOVAREA VIOLENTEI SI A SEXULUI

Noile media nu au inventat, cu siguranţă, nici violenţa şi nici interesul pentru ce se numeşte în mod obişnuit „sex", dar ele au contribuit puternic la banalizarea, alimentarea şi dezvoltarea lor.

Televiziunea

Numeroase studii au subliniat rolul nefast al televiziunii în materie de violenţă şi sexualitate.[128]

Adolescenţii sunt evident primii afectaţi, dar şi cei mai mici, bine ştiind că 80% din timpul petrecut în faţa televizorului de copiii de la 4 la 10 ani se derulează în timp ce aceştia urmăresc programe cu „audienţă generală"[129], şi că zapatul,

128 Se va găsi o bună sinteză, alături de o argumentare extinsă, în cartea lui Michel DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur Ies effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 247-262 pentru al doilea punct, pp. 273-318 pentru primul.

129 A se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité*

împreună cu multitudinea de canale, le permite accesul în permanenţă la cele mai diverse programe.

Un studiu american a arătat că un tânăr care se uită la televizor două ore pe zi este expus, într-un an, la 10.000 de scene de violenţă. Un alt studiu, realizat în Franţa de Consiliul Superior al Audiovizualului, prezintă cifre apropiate: telespectatorii vizionează în medie două crime şi vreo zece acte violente pe oră, adică, pentru un telespectator tipic, care se uită la televizor 3 ore şi 30 de minute pe zi, aproape 2.600 de crime şi 13.000 de acte de violenţă pe an.

în legătură cu violenţa şi cu alte fapte legate de ea, Academia Americană de Pediatrie avertiza: „expunerea la violenţă prin mass-media reprezintă un risc major pentru sănătatea copiilor şi a adolescenţilor. Există dovezi ştiinţifice extinse care indică faptul că violenţa mediatică poate contribui la dezvoltarea unui comportament agresiv, la o lipsă de sensibilitate faţă de violenţă, la coşmaruri şi la frica de a fi victima violentei”.[130]

Michel Desmurget îşi încheie astfel lungul capitol dedicat violenţei în cartea sa *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision-.*

> Efectul dăunător al televiziunii în ceea ce priveşte agresivitatea este azi stabilit în mod solid din punct de vedere ştiinţific. Toate lucrările de

scientifique sur les effets de la télévision, ediţia a 2-a, J’ai Lu, Paris, 2013, p. 66.

130 «Policy Statemenc – Media Violence», *Pediatrici,* 124,2009, p. 1495.

sinteză apărute în ultimii cincisprezece ani clamează lucrul acesta sus şi tare. în mod global, au fost demonstrate trei efecte majore ale conţinutului audiovizual violent: 1) desensibilizarea: spectatorul învaţă treptat să tolereze fără să tresară nivele de violenţă tot mai înalte; 2) sindromul de „o mare lume rea”: spectatorul se impregnează

> în mod gradat de convingerea că lumea înconjurătoare este ostilă şi periculoasă; 3) agresivitatea: spectatorul se comportă de manieră tot mai violentă şi agresivă, atât pe termen scurt, cât şi pe termen lung. Nu s-a putut aduce nici un argument în favoarea tezei catarsisului, potrivit căreia spectatorii s-ar elibera de pulsiunile violente atunci când le văd pe ecran. [...] Adevărul de neocolit este acesta: reducând expunerea noastră la scene violente, vom contribui la crearea unei lumi în mod semnificativ mai puţin violente. A afirma contrariul ţine, potrivit alegerii fiecăruia, fie de negarea unei realităţii, fie de escrocherie intelectuală.[131]

Expunerea sexualităţii la televizor nu este nici ea mai mică. Un studiu american realizat în 2005 a arătat că 70% dintre programele din categoria „audienţă generală" conţin referinţe de natură sexuală, cu o medie de 5 scene pe oră, ca şi 77% dintre emisiunile *prime time,* cu 5,9 scene, şi 70% dintre primele 20 de emisiuni urmărite cel mai mult de adolescenţi, cu 6,7 scene.[132]

Unul dintre efectele expunerii masive de astfel de scene este banalizarea sexualităţii. După cum observă cu pertinenţă Michel Desmurget:

> Adevăratul potop carnal care se abate peste ecranele noastre [...] este însoţit aproape întotdeauna de reprezentări ale sexualităţii, cel

131 *Op. cit.,* pp. 318-319.

132D. KUNKEL, K. EYAL, K. FINNERTY, E. BIELY, E. DONNERSTEIN, *Sex on TV,* A Kaiser Family Foundation Report, noiembrie 2005, pp. 21,48, 52.

puţin nerealiste La televizor, actul sexual este o normă generalizată, practicabil fără risc, cu dezinvoltură, care se petrece în aproape jumătate din cazuri între indivizi care nu au vreo legătură unul cu altul. Femeile sunt în mod frecvent reprezentate ca obiecte ale dorinţei

> sau ale satisfacerii dorinţei. Şi atunci ele pot fi uşor văzute drept creaturi pasive Bărbaţii, dimpotrivă, sunt prezentaţi într-o postură dominantă, aproape ca nişte prădători. Pentru ei, raportul cu sexul defineşte în mod frecvent nivelul de masculinitate.[133]

în ceea ce-i priveşte pe adolescenţi, repetarea continuă a unor asemenea situaţii conduce la formarea treptată, în mod inconştient, a reprezentării lor asupra sexualităţii şi a noţiunii pe care o au despre ce este normal şi ce nu este normal. Victor Strasburger constată că concluziile trase de telespectatori sunt, între altele, că „toată lumea se culcă cu toată lumea" că „adulţii nu-şi planifică relaţiile sexuale" (altfel spus, că ele au loc în mod impulsiv şi când se iveşte ocazia), că „toată lumea întreţine relaţii sexuale" (aşadar, inclusiv, cei de vârsta lor), că „soţii se înşală frecvent unul pe altul" şi că „sexul este un sport recreativ".[134]

La toate aceste „învăţăminte" – care în cei mai mulţi se întipăresc automat, prin repetarea lor, în inconştient şi fac să treacă drept normal sau normativ ceea ce se arată a fi obişnuit şi banal –, tinerii mai adaugă şi altele, la fel de neliniştitoare din punct de vedere psihologic şi etic, după cum notează tot Michel Desmurget:

> în urma mai multor experienţe, s-a demonstrat îndeosebi faptul că un adolescent, cu cât se uită

133 *Op. cit.,* p. 253.

134 «Adolescents, Sex and the Media: ooooo, baby, baby-a Q& A», *Adolescent Medicine Clinics,* 16, 2005, p. 273.

> mai mult la televizor, cu atât mai mult are tendinţa: în primul rând, să supraestimeze, ca toţi cei de-o seamă cu el, prevalenţa relaţiilor sexuale; în al doilea rând, să-şi formeze aşteptări nerealiste în materie de „performanţe" sexuale; în al treilea rând, să aibă o viziune permisivă asupra sexualităţii; şi în al patrulea rând, să resimtă o intensă presiune de a trece la fapte. Tot atâtea elemente a căror urmă poate fi regăsită uşor în centrul spaţiului comportamental.[135]

Fie că este vorba de violenţă, de sexualitate sau de alte comportamente care pun probleme de natură morală, influenţa televiziunii este cu atât mai mare asupra tinerilor cu cât ea atribuie astfel de comportamente unor eroi sau personaje puse puternic în valoare prin rolul lor de prim-plan, prin forţa lor, prin puterea lor de a învinge, de a cuceri, de a se îmbogăţi ş.a.m.d., care fac din ele adevărate modele, contribuind astfel prin impregnare, identificare, mimetism – fără ca tinerii să-şi dea seama de lucrul acesta – la formarea unei structuri psihologice şi morale care riscă să-i marcheze pe viaţă.

Jocurile video

Jocurile video au devenit şi ele tot mai violente şi în acelaşi timp tot mai realiste, simulând deseori scene de luptă în care jucătorul, înarmat, este implicat în mod direct. Ele contribuie la dezvoltarea pulsiunilor agresive, la banalizarea violenţei şi mai ales la ştergerea distanţei dintre

135 *Op. cit.,* p. 255.

ficţiune şi realitate, favorizând astfel punerea lor în practică.

Jocurile video *on line* sunt şi mai primejdioase decât cele jucate de unul singur, pentru că ele pun jucătorul în legătură nu doar cu personaje virtuale, ci cu personaje virtuale manipulate de jucători reali; în felul acesta se instalează o concurenţă între jucători reali şi se înceţoşează şi mai mult graniţa dintre ficţiune şi realitate.

Internetül

Internetül, în calitate de înlocuitor al televiziunii în ceea ce priveşte difuzarea filmelor şi de vector al jocurilor video *on line,* produce, în mod evident, efectele semnalate mai sus la cele două.

Internetül a favorizat difuzarea de videouri violente, mai ales pe site-urile de propagandă legate de grupări extremiste.

Dar el a favorizat mai ales difuzarea de imagini şi de videouri pornografice, care mai înainte apăreau numai şi numai în revistele specializate, care implicau demersul de a le cumpăra din anumite magazine sau de a le viziona la anumite cinematografe ori pe canale criptate, la ore târzii.

Dezvoltarea site-urilor pornografice pe Internet este atât de masivă, încât din totalul site-urilor existente în lume, 12% au caracter pornografic. În ultimii ani, s-au numărat 4,2 milioane de site-uri şi 420 milioane de pagini Web pornografice. În fiecare zi apar încă 350 de noi site-uri

pornografice. În fiecare secundă 30.000 de persoane sunt conectate la astfel de site-uri. Zilnic se fac 68 de milioane de căutări de site-uri pornografice prin intermediul motoarelor de căutare, adică 25% din toate căutările de pe Internet; cuvântul „sex" este în topul căutărilor, în toate limbile. Multe site-uri pornografice sunt gratuite, dar programate în aşa fel încât să-i dirijeze pe utilizatorii astfel momiţi către site-uri contra cost. Industria pornografică de pe net a adus câştiguri în valoare de 97 miliarde de dolari în 2006.

Studiile referitor la consumul de sex pe Internet sunt realizate mai ales în Statele Unite şi sunt foarte semnificative. Din cele 57 de milioane de americani care au acces la Internet, 25 de milioane vizitează site-uri pornografice între 1 şi 10 ore săptămânal. Din acest număr, mai mult de 200.000 de utilizatori sunt dependenţi de site-uri pornografice şi de alte materiale sexuale *on line* (precum cAzîi-urile [discuţii în direct] cu caracter sexual[136]). 20% dintre bărbaţi şi 13% dintre femei recunosc faptul că vizionează pornografie pe net când sunt la serviciu, iar 10% dintre adulţi recunosc faptul că sunt dependenţi de cybersex.[137] 79% dintre tineri sunt expuşi în mod accidental pornografiei pe net, atunci când navighează acasă.[138] 47% dintre familii

136 Studiu realizat în anul 2000 în Statele Unite de postul de televiziune MSNBC.

137 Conform site-ului Top Ten Reviews (Internet Filter Review, 2006).

138 *Online Victimization ofYouth: Five Years Later,* 2006.

semnalează faptul că pornografia constituie o problemă în căminul lor.[139]

La tineri, contactul cu site-urile pornografice nu este, evident, doar accidental. Conform statisticilor, 65% dintre căutările efectuate pe Internet de către tinerii americani în vârstă de 10 până la 16 ani privesc site-urile pornografice. În medie, un elev american, la sfârşitul anilor de şcoală, a privit 1400 scene sexuale explicite pe an.

Departe de a constitui o defulare care să fie favorabilă vieţii psihice şi care ar reduce numărul de agresiuni sexuale, frecventarea regulată a site-urilor cu caracter sexual creează o dependenţă, dezvoltă perversiuni, şterge graniţa dintre ficţiune şi realitate, favorizează trecerea la fapte şi creşte numărul de agresiuni sexuale.

Departe de a avea pentru tineri o valoare educativă pe care unii i-o atribuie, frecventarea acestor site-uri, dimpotrivă, le deformează concepţia despre sexualitate: din cauza lor ei ajung să cunoască formele perverse ale acesteia mai înainte de a le cunoaşte pe cele normale (pe care pornografia le ignoră), ajung să vadă persoana sub aspect de trup, iar trupul ca un simplu obiect; pornografia le prezintă sexualitatea ca un comportament eminamente fizic, destinat unei plăceri individuale egoiste, cu totul în afara vreunei relaţii de respect şi de iubire.

Internetül s-a dezvoltat foarte repede ca un teren favorabil pentru pedofilie, facilitând mai

139 ''*Focus on theFamily Poli,* October 1, 2003.

întâi schimbul de fotografii şi de videouri între perverşii de acest fel. în 2014, se numărau aproape 20.000 de site-uri conţinând imagini pedo-pornografice. în 2009, ONU estima că 750.000 de persoane din întreaga lume consultă simultan astfel de site-uri.

Internetül şi reţelele sociale au devenit astfel terenul de vânătoare preferat al pedofililor, care intră în legătură cu copii pe forumuri dându-se şi ei drept copii. Statisticile stabilite în 2014 de către Inhope, o reţea de 51 de ţări preocupate de cyber-pedofilie, indică faptul că intervalul de vârstă al victimelor este cel mai adesea între 8 şi 10 ani pentru fete şi 11 şi 13 ani pentru băieţi.

Adicţiile sexuale de tot felul sunt clasificate de psihiatri într-o aceeaşi categorie ca alte dependenţe, ca drogul sau jocurile de noroc, în privinţa caracteristicilor lor patologice, dar spre deosebire de unele adicţii care nu sunt dăunătoare decât pentru subiectul însuşi, ele sunt dăunătoare şi pentru ceilalţi atunci când implică, cum se întâmplă frecvent, trecerea la fapte.[140]

LOCURI RÂU FAMATE

Internetül a găzduit de la bun început site-uri rău famate de diverse tipuri, care, în acest sat planetar pe care l-a constituit, reproduc structura unui oraş, cu cartierele sale „fierbinţi”, riscante,

140 Asupra acestor probleme a se vedea excelentul studiu realizat de psihiatrii M. HAUTEFEUILLE şi D. VÉLÉA, *Les addictions â Internet. De l’ennui a la dependance,* Payot 8c Rivages, Paris, 2014, pp. 101-111.

frecventate de persoane de joasă condiţie; numai că între oraşul real şi aceste site-uri există o deosebire: în viaţa reală, amatorii de astfel de locuri trebuie să bată drumul până acolo, la modul fizic, şi asumân- du-şi uneori unele riscuri, care pot să-i facă să se gândească bine dacă să se ducă sau nu, în vreme ce calculatorul sau tableta le pun pe dată, în mod discret şi fără nici o osteneală, la îndemâna internautului, oferindu-i pe deasupra o uriaşă gamă de opţiuni.

întâlnirile de acest fel pe Internet, după cum am văzut, sunt întâlniri virtuale cu personaje sau situaţii care au o influenţă nefastă asupra modului de reprezentare a violenţei şi sexualităţii, precum şi asupra posibilităţii de a trece la fapte pe care le favorizează; există însă şi întâlniri reale cu perverşi sexuali – voyeurişti, exhibiţionişti, sadici, pedofili...

Poate fi vorba de asemenea de întâlniri cu escroci, cu traficanţi de droguri, cu extremişti politici sau religioşi, cu bolnavi psihic sau cu perverşi care incită la jocuri periculoase ori la practici sinucigaşe.

Cybercriminalitatea

Internetül a devenit un loc privilegiat de exercitare a ceea ce se numeşte acum „cyberdelincvenţa” şi „cyber- criminalitatea”. Dezvoltarea acestor fenomene se explică prin diferiţi factori:

1) este posibil pentru un delincvent ca, de la calculatorul său, să ajungă oriunde în lume prin simpla cunoaştere a unei adese de mail;

2) este uşor, în absenţa unui contact fizic şi printr-un simplu joc de texte şi imagini virtuale, să-ţi înşeli interlocutorul, atribuindu-ţi o falsă identitate, o falsă adresă, o falsă profesie, creând imaginea unei false firme sau a unor false obiecte de vânzare, bonuri false pentru false reduceri de preţuri, false cereri de informaţii referitor la mijloacele de plată, practicând *fishing-\A,* o practică curentă care permite ademenirea a mii de internauti simultan;

3) impunitatea este practic garantată, pe de o parte pentru că e greu ca astfel de indivizi să fie depistaţi, din cauza jocului de identităţi false şi de adrese false, din pricina utilizării de programe care ascund identitatea calculatorului, tabletei sau mobilului emiţător (adresa IP), iar, pe de altă parte, pentru că în general nu există o legislaţie internaţională unificată care să permită finalizarea urmăririlor de acest fel, numeroşi delincvenţi exercitând-şi activitatea din zone *offshore-,*

4) *este* un lucru uşor să obţii livrarea prin poştă de articole de contrabandă, de produse contrafăcute (lucru care, în cazul pieselor de schimb pentru automobile sau al medicamentelor poate avea consecinţe extrem de grave), droguri şi chiar arme, pentru că serviciile poştale şi cele vamale nu sunt în măsură să facă altceva decât controale punctuale şi aleatorii;

5) este posibil pentru comercianţi fictivi sau necinstiţi să deturneze mijloacele de plată electronică în interesul propriu, şi pentru hackeri să-şi însuşească, de pe site-uri- le unde se află depozitate, datele bancare ale internauţilor, pentru că nu există nici un sistem de criptare care să nu poată fi descifrat;

6) arsenalul de luptă contra cybercriminalităţii rămâne destul de restrâns, deoarece cele mai multe ţări nu au conştientizat încă amploarea acestei forme de delincventă, cu toate că costul său economic este fabulos; un studiu recent realizat de CSIS *{Centerfor Strategic and Internaţional Studies')* estima că cybercriminalitatea şi cyberspio- najul provoacă o pierdere anuală de 100 miliarde de dolari pentru economia americană şi eliminarea a 508.000 de locuri de muncă; la nivel mondial, această pierdere se estima la aproape 500 miliarde de dolari.[141]

Piaţă a drogurilor

Internetül contribuie în diverse moduri la consumul de droguri. El permite pasarea către furnizorii dintr-o ţară sau din afara ei a comenzilor de droguri sau de componente care facilitează cultivarea ori sintetizarea lor, ca şi livrarea lor prin poştă, fără prea mari riscuri de a fi supuse unui control. El furnizează de asemenea reţete pentru fabricarea la domiciliu de produse toxice şi

141 *The Economic Impact of Cibercrime and Ciber Espionage,* Center for Strategic and Internaţional Studies, iulie 2013.

dă toate indicaţiile necesare pentru cultivarea de canabis sau de ciuperci halucinogene. El informează publicul interesat cu privire la existenţa de noi droguri sau la posibilitatea de a utiliza ca droguri unele produse chimice.[142] El contribuie de asemenea, prin schimbul de experienţe de pe forumuri, la banalizarea şi răspândirea consumului.

Trebuie să plasăm în aceeaşi categorie cu drogurile în sens clasic şi produsele aşa-zis energizante, folosite de un mare număr de sportivi pentru a-şi ameliora performanţele, interzise prin lege de cele mai multe ţări, nu doar din raţiuni de etică sportivă, ci şi din cauza periculozităţii lor; acestea însă pot fi uşor procurate de pe Internet în ţările în care legislaţia este mai tolerantă sau de la laboratoarele clandestine.

Sigur că toate aceste schimburi de informaţii şi traficul însuşi erau şi sunt posibile şi în afara Internetului, dar el le-a uşurat în mod considerabil, le-a favorizat şi le-a amplificat.

Propagandă sectară şi extremistă

Internetül a devenit de asemenea un loc ideal de propagandă pentru sectele şi grupurile extremiste, care nu-şi găseau loc în cadrul mijloacelor clasice de informare în masă.

142 De exemplu, produsul GHB – gamma hydroxy-btydratul – (care până atunci nu era cunoscut decât de cercetători), numit şi „drogul violatorilor”, a fost adus la cunoştinţa publicului prin Internet, care a furnizat reţeta pentru a-l fabrica acasă.

Internetül nu numai că permite afişarea facilă în public a unor grupări care, fără el, ar fi rămas obscure şi neştiute, dar din cauza lui acestea pot să impresioneze multe persoane şi să recruteze adepţi, mulţumită facilităţilor pe care le oferă în domeniul manipulării textelor, imaginilor şi mai ales al secvenţelor video.

Sectele sunt foarte prezente pe Internet (mai mult de 50.000 de site-uri), iar unele dintre ele (ca Biserica Scien- tologică, Martorii lui lehova şi Soka Gakkai) îşi recrutează în mod activ adepţi în acest mod, dar de Net au profitat în mod deosebit mişcările politice extremiste, altădată cu totul minoritare, care şi-au sporit în mod considerabil numărul de aderenţi sau de simpatizanţi din pricina ecoului stârnit de poziţiile lor, mai ales prin bloggeri talentaţi.

Mişcările religioase extremiste au beneficiat de asemenea din plin de avantajele Net-ului în materie de difuzare şi manipulare. Se ştie că tinerii care s-au convertit la islam au mers în Orientul Mijlociu şi s-au alăturat unor mişcări extremiste şi războinice ca ISIS, au făcut-o influenţaţi de propaganda practicată în anumite moschei sau în spaţii publice, dar mult mai mult pe site-urile de Internet; toţi specialiştii în comunicare au remarcat expertiza în materie de manipulare a minţilor a acestei propagande făcute pe Internet. Uneori tineri care trăiesc la ţară, fără să aibă vreun contact direct cu islamiştii, au putut fi în felul acesta convinşi să se alăture jihadului.

Incitări la. sinucidere

Printre relele întâlniri de pe Internet, care pot duce la purtări primejdioase, putem aminti de asemenea site-urile care incită la practici sinucigaşe, site-uri care au început să se răspândească în anii ’90.

Unele dintre ele au permis pregătirea de către tineri a unei sinucideri în grup; altele găzduiesc bloguri ale unor persoane depresive, a căror tentaţie de a se sinucide este contagioasă pentru cei care suferă de aceleaşi tulburări; altele furnizează informaţii cu privire la mijloacele de a-ţi provoca moartea şi atrag mai ales pe adepţii euthanasiei.

Aceste site-uri deosebit de vătămătoare au,

desigur, un impact limitat, dar dezvoltarea lor poate fi în mod incontestabil corelată cu creşterea ratei de sinucideri în rândul tinerilor, care poate fi observată în lumea întreagă.[143]

143 Asupra acestor chestiuni a se vedea studiul deja citat: M. HAUTEFEUILLE şi D. VELEA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance,* Payot & Rivages, Paris, 2014, pp. 127-134.

Putem lega de aceste site-uri pe cei care promovează anorexia, în măsura în care aceasta este o formă subcon- ştientă de comportament sinucigaş. Anorexia este desigur o formă de psihoză – maladie mintală cronică ce modifică percepţia de sine şi a lumii care are rădăcini adânci în psihismul personal şi în viaţa de familie, dar ea se poate ivi şi manifesta într-un mediu favorabil, mai ales în ado-
lescenţă, când tinerii nu se simt bine în propriul trup şi când sunt mai vulnerabili la mesajele transmise de media, care promovează ca model de frumuseţe şi reuşită socială top-modele de-a dreptul descărnate prin subalimentaţia la care se supun şi în plus prin ajutorul programelor de retuş al imaginii. Avem aici de-a face mai puţin cu propaganda, cât cu mimetismul care răspândeşte comportamentele vătămătoare pentru sănătate şi periculoase pentru viaţa însăşi.

VIII

DESFIINŢAREA VIEŢII PRIVATE

„Viaţa privată este un concept ivit din boom-ul urban produs de revoluţia industrială.
Aşa încât aceasta ar putea să nu fie altceva decât o anomalie” (Vint Cerf, Chief Internet Evangelist of Google)

„Dacă aveţi un secret pe care doriţi să-l păziţi, poate ar trebui să vă comportaţi în aşa fel încât să nu ajungeţi să aveţi un astfel de secret” (Eric Schmidt)

Noile media au produs o reducere a distanţei dintre viaţa privată şi viaţa publică, până la a o desfiinţa – în unele cazuri – în totalitate. Această reducere este efectul pe de o parte al acţiunii perfect conştiente şi organizate a statelor şi a marilor grupuri economice care gestionează aşa-numitele Big Data, şi pe de altă parte al acţiunii, uneori conştiente, alteori inconştiente, a indivizilor mânaţi de anumite dispoziţii psihologice, al căror mod de funcţionare a fost favorizat de noile media.

REDUCEREA DISTANŢEI DINTRE VIAŢA PRIVATĂ ŞI VIAŢA PUBLICĂ

Unul dintre efectele cele mai evidente ale noilor media – în special al televiziunii, Internetului şi Facebook-ului

- este faptul că a contribuit puternic la abolirea distanţei şi a separării dintre viaţa privată şi viaţa publică. Cu mai mult de douăzeci de ani în urmă, Lucien Sfez constata acest fapt: comunicarea modernă însemna „sfârşitul distincţiei dintre public şi privat, care constituia baza societăţii civile şi a statului încă din vremea Romei creştine”.[144]

în general, televiziunea a introdus viaţa publică în căminul familial, adică în ceea ce Hannah Arendt numeşte „siguranţa vieţii private”[145], altfel spus în ambianţa până atunci protejată a vieţii familiale şi a intimităţii sale. Prezenta ei este nu doar intruzivă, ci şi dominantă, instituindu-se în stăpână a casei[5], când e vorba în organizarea zilei (în funcţie de emisiuni), şi dobândind asupra copiilor o influenţă mai mare decât cea a părinţilor.

Invers, televiziunea a dat vieţii private o dimensiune publică. Prezintă tot mai multe emisiuni numite *reality show,* care vor să înfăţişeze oamenii asa cum sunt ei în viaţa lor privată, cu reacţiile pe care le au în intimitatea lor. în aceste emisiuni, în care telespectatorul este transformat într-un *voyeur,* sunt favorizate toate comportamentele şi reacţiile care pot atrage atenţia, acestea fiind adesea comportamente

144 *Critiquede la communication,* Seuil, Paris, 1992, p. 437.

145 Despre evoluţia relaţiilor dintre sfera publică şi cea privată, a se vedea îndeosebi eseul său *La Condition humaine,* Calmann-Levy, Paris, 1961.

deviante sau care ţin de pasiuni mai mult sau mai puţin de nemărturisit ale telespectatorilor.

Televiziunea se invită de asemenea în intimitatea familială a oamenilor politici; alteori aceştia sunt poftiţi să vorbească despre viaţa lor privată atunci când se află pe platoul de transmisie, ceea ce, sub pretextul de a-i face mai populari şi mai apropiaţi de mulţime, în realitate a contribuit mult la desacralizarea funcţiei lor şi la slăbirea autorităţii acestora în societăţile moderne.

Prezenţa pe calculator a unei camere de luat vederi *(webcam),* sau conectarea de mici camere portabile la calculator prin WiFi sau Bluetooth, a permis fiecărei persoane să se prezinte tuturor în mediul său privat şi în intimitatea sa; unii ajung chiar să filmeze şi să difuzeze în permanenţă toate faptele şi gesturile din viaţa lor de zi cu zi.

Faptul că telefoanele mobile oferă posibilitatea de a fotografia, de a înregistra sunete şi de a filma a favorizat pe Internet sau pe Facebook captarea şi difuzarea purtărilor sau cuvintelor persoanelor aflate în vecinătate, fără ca ei să ştie lucrul acesta. Când e vorba de personaje celebre (actori, cântăreţi, oameni politici etc.), în orice loc s-ar afla, a devenit imposibil să facă ceva, să reacţioneze într-un anumit fel sau să spună o vorbă oarecare, fără ca lucrul acesta să nu fie înregistrat de cineva şi difuzat imediat, ajungând la cunoştinţa întregii lumi.

În acest domeniu, ca şi în altele, lumea

modernă se caracterizează printr-o aversiune faţă de tot ce este secret şi printr-un cult al transparenţei, nu atât de dragul adevărului, cât de dragul exhibiţionismului şi al voyorismului, pentru care noile media sunt deopotrivă instrumente şi instigatori puternici de exercitare.

BIGBROTHEREMCI

Noile media au devenit mijloace de comunicare prin care se transmit tot soiul de informaţii personale şi confidenţiale, şi de asemenea mijloace de a le păstra un timp nelimitat.

Multe site-uri de Internet cer ca în schimbul prestaţiilor lor gratuite utilizatorul să furnizeze un anumit număr de date personale: vârsta, adresa, numărul de telefon etc. Utilizatorii Facebook au fost invitaţi să dea pe deasupra informaţii care ţin de sfera privată: data naşterii, oraşul în care locuiesc, şcoala, liceul, facultatea pe care le-au absolvit, locul de muncă, lista prietenilor, gusturile în materie de lectură, muzică sau filme, lucrurile care îi pasionează, fotografii personale…

Uneori utilizatorii lasă din neştiinţă sau din naivitate astfel de informaţii pe diverse site-uri; alteori se complac în a le expune pe reţelele de socializare (mai ales pe Facebook); în ambele cazuri, ele sunt uşor de recuperat de terţi interesaţi.

Numeroasele cârduri pe care le folosim (bancare pentru tranzacţii, de fidelitate pentru cumpărături, de sănătate pentru servicii medicale

ş.a.m. d.) lasă urme înregistrate informatic de fiecare dată când sunt introduse într-un dispozitiv de citire, care permit celor care le exploatează cunoaşterea multor lucruri despre posesorul lor.

Camerele de luat vederi plasate în locurile publice pe unde trecem observă şi înregistrează mişcările şi opririle noastre, lucrurile care ne interesează, acţiunile noastre şi persoanele cu care suntem. Caracterul digital al înregistrărilor permite uşor păstrarea lor timp îndelungat.

Nici o comunicare particulară între două persoane nu rămâne nici ea pe deplin confidenţială. Mailurile şi mesajele SMS tranzitează prin furnizorii de acces (FAI), care au posibilitatea tehnică de a lua cunoştinţă de ele sau de a le păstra. Conversaţiile telefonice, în anumite condiţii care devin tot mai permisive, pot fi captate şi înregistrate de poliţie sau de serviciile de informaţii, naţionale, străine sau internaţionale. Calculatoarele, tabletele şi telefoanele mobile pot fi localizate cu precizie, şi astfel deplasările celor care le utilizează pot fi urmărite de asemenea cu toată precizia. Diverse aplicaţii pentru smartphone leagă funcţionarea acestora de localizarea utilizatorului. Google cere cu insistenţă ca utilizatorii să indice locul unde se află şi chiar a conceput o aplicaţie care recapitulează diferitele localizări, le sintetizează şi păstrează în memoria lor itinerarele străbătute, şi o altă aplicaţie (Google Driving) care anticipează destinaţiile în funcţie de datele cunoscute!

Se poate spune la modul general că această

conexiune a calculatoarelor sau a mobilelor cu diferitele relee ale furnizorilor de acces în reţea care au împânzit lumea întreagă permite în permanenţă celui care deţine tehnica necesară, oriunde s-ar afla el, să situeze în mod exact, în spaţiu şi în timp, pe oricare dintre deţinătorii de calculatoare şi mobile, şi de asemenea să ştie cu cine vorbesc, aşadar să le cunoască relaţiile sau chiar să capteze conţinutul mesajelor ori al conversaţiilor. Faptul că aceste date coincid cu cele furnizate de diverse cartele SIM folosite zilnic, care lasă o amprentă la fiecare etapă, permite în principiu refacerea în mare parte nu doar a itinerarului zilnic, ci şi a activităţilor lor pe acest parcurs.

Pentru un calculator dispunând de ansamblul datelor, ar fi uşor să le coreleze, să le sintetizeze şi să cunoască astfel obişnuinţele în materie de consum, nivelul cultural, cel economic şi starea de sănătate a fiecărui cetăţean, dar şi activităţile sale cotidiene, persoanele pe care le frecventează în mod obişnuit ori în mod excepţional, gusturile, credinţele, ideile, dorinţele, intenţiile, proiectele sale...

Deoarece conversaţiile telefonice pot fi captate, ca, de altfel, şi SMS-urile, mesajele de pe Twitter şi mailurile, ar fi posibilă de asemenea o cunoaştere precisă a ideilor fiecăruia şi a unei părţi din viaţa sa lăuntrică.

Simpla cunoaştere a unei persoane, urmată de căutări efectuate de un internaut pe un motor de

căutare ca Google, permite să se obţină despre această persoană un mare număr de informaţii (conform statisticilor, fiecare internaut lasă, intenţionat sau nu, o medie de zece informaţii personale pe fiecare site vizitat). Unele dintre ele sunt deja înregistrate, pentru că aceste motoare, la noile căutări, fac sugestii pe linia celor precedente, iar istoricul căutărilor anterioare care se păstrează permite să se urmeze cu precizie firul acestora.

Nu trebuie să ne imaginăm că un asemenea calculator central care poate conţine toate datele care ne privesc s-ar afla undeva, departe de noi: este suficient ca proprietarul sistemului de operare al calculatorului nostru să ajungă în posesia memoriei RAM şi a datelor de pe *bard disc,* pentru ca astfel calculatorul să devină, în chiar intimitatea locuinţei noastre, un astfel de dispozitiv de control total, având acces la totalitatea conexiunilor noastre.

Or, un astfel de dispozitiv tocmai a fost realizat de Microsoft, care, împreună cu Apple, este proprietarul sistemelor informatice din întreaga lume, şi încă având acordul utilizatorilor. Noua declaraţie de confidenţialitate pe care trebuie s-o semneze cei care descarcă noul sistem Windows (şi tot aşa vor sta lucrurile la actualizările ulterioare), în schimbul gratuităţii acestuia, este de-a dreptul înfricoşătoare în ceea ce priveşte preluarea în posesie de către firma americană a datelor personale ale utilizatorilor din lumea întreagă:

în mod implicit, „atunci când vă conectaţi la Windows printr-un cont Microsoft, Windows sincronizează unii dintre parametri dumneavoastră şi unele date ale voastre cu serverele Microsoft”, între care „istoricul *brow*-ser-ului dumneavoastră, site-urile favorite şi site-urile de pe Internet pe care le-aţi vizitat” [...] „Microsoft culege în mod regulat informaţii de bază referitoare la dispozitivul pe care rulează sistemul Windows. Aceste date sunt transmise la Microsoft şi stocate cu ajutorul unuia sau mai multor identificatori unici.” Este vorba mai ales despre „datele de utilizare a apps[146] care funcţionează sub Windows” sau despre „date referitoare la reţelele la care vă conectaţi [...]”. În noul *browser* Microsoft Edge, dacă sunt activate opţiunile AutoSearch şi Search Suggestions, el trimite la Bing (motorul de căutare Microsoft) „informaţiile pe care le introduceţi în bara de adrese, chiar dacă aţi selecţionat un alt motor de căutare ca setare implicită”. „Datele de navigare colectate în legătură cu aceste funcţionalităţi sunt utilizate în datele globale”, adică ele participă la stabilirea profilului publicitar al utilizatorului.

Intruziunea în viaţa privată merge şi mai departe în ceea ce priveşte Cortana, funcţia de recunoaştere vocală asociată sistemului:

> „Pentru a permite ca funcţia de recunoaştere vocală Cortana să furnizeze experienţe personalizate şi sugestii pertinente, Microsoft

146 Aplicaţii.

adună şi utilizează diferite tipuri de date, cum ar fi localizarea calculatorului dumneavoastră, date din calendarul vostru, aplicaţiile pe care le utilizaţi, datele din mailurile şi din mesajele dumneavoastră, persoanele pe care Ie apelaţi, contactele voastre şi frecvenţa interacţiunii cu ei pe dispozitivul dumneavoastră. Cortana află de asemenea mai multe despre dumneavoastră strângând date referitor la modul de utilizare a calculatorului şi a altor servicii Microsoft, cum ar fi muzica preferată, activarea alarmei pentru anumite ore, faptul că ecranul închis este activat, la ce vă uitaţi şi ce cumpăraţi, istoricul de navigare şi de căutare de la Bing şi multe altele. [...]

Atunci când utilizaţi OneDrive[147], noi colectăm date referitor la utilizarea serviciului, ca şi la conţinutul fişierelor salvate. [...] Pentru a furniza o recunoaştere vocală personalizată, noi înregistrăm vocea dumneavoastră, numele şi pseudonimul dumneavoastră, evenimentele recente din calendarul vostru şi numele persoanelor cu care vă întâlniţi, ca şi informaţii referitor la persoanele de contact, îndeosebi numele şi pseudonimele lor [...] Microsoft nu utilizează ceea ce spuneţi în mailuri, discuţiile, apelurile video sau mesageria vocală, nici documentele, fotografiile dumneavoastră sau alte fişiere personale, pentru a vă trimite reclame cu o ţintă precisă, [totuşi utilizează] alte informaţii pe care le culegem referitor la persoana voastră de-a lungul timpului, utilizând datele dumneavoastră demografice, subiectele căutărilor, centrele de interes şi site-urile dumneavoastră favorite, datele privind utilizarea şi datele de localizare. [...] Noi vom accesa datele dumneavoastră personale, le vom publica şi le vom păstra, mai ales conţinutul lor (al mailurilor, al altor comunicaţii private sau fişiere din dosarele dumneavoastră private), dacă vom considera cu bună credinţă că este necesar să o facem, [îndeosebi] pentru a răspunde la solicitări valide din partea organelor legii. [...] Datele personale colectate de Microsoft pot fi stocate şi prelucrate în Statele Unite sau în orice altă ţară în care Microsoft, filialele sale sau prestatorii de servicii sunt implantaţi.”

Toate datele personale ale internauţilor sunt de

147 Ansamblu de servicii *on line* (stocare şi aplicaţii).

fapt colectate fie de instituţii de stat (ca NSA în Statele Unite) cu scopul unui control al societăţii, fie de firme private care le vând, le schimbă sau le exploatează în scop comercial. Gratuitatea serviciilor furnizate de Google sau Bing, care ajută cu generozitate căutările şi permit obţinerea gratuită a unei multitudini de documente (texte, fragmente de muzică, secvenţe video ş.a.m.d.) nu este decât aparentă: există un *deal* subiacent,

care face din prestatorii de servicii mari beneficiari, iar din utilizatori nişte victime. Există chiar o zicală iscată de astfel de practici: „Dacă e gratuit, atunci voi sunteţi marfa.”

Aceste date, care nu sunt nici pe departe efemere, pot fi nu doar depozitate în mod masiv, ci şi păstrate pe termen nelimitat datorită memoriei colosale şi infailibile a calculatoarelor de Big Data.

După cum arată Michel Bera şi Eric Méchoulan, Internetül permite crearea unui adevărat hambar de date în care indivizii sunt înregistraţi, clasaţi, fişaţi cum n-au mai fost niciodată.[148] Şi după cum anticipa Alain Finkielkraut, „foarte curând se va sfârşi cu dreptul de a te efasa sau de a exista fără să laşi urme. Ne vom fi cucerit toate drepturile posibile, dar ne vom fi pierdut dreptul la intimitate”.[149]

Domnia lui Big Brother descrisă de George Orwell în romanul său *1984* nu mai este o utopie; pentru ca ea să se instaureze în mod real, ar fi de ajuns acordul între prestatorii de servicii de comunicaţii digitale, însuşirea memoriei fiecărui calculator de autorul sistemului său de operare, sau o însuşire a diverselor date de o putere superioară, ca aceea a unui organ de stat, fie el autorizat sau nu de lege. Iar lucrul acesta a început deja să se înfăptuiască.

148 *La Machine Internet,* Odile Jacob, Paris, 1999.

149 *«Fatale liberte»,* în A. FINKIELKRAUT şi P. SORIANO, *Internet, l’inquiétante extase.* Miile et une nuits, Paris, 2001, pp. 19-20.

SUPRAVEGHEREA DE CÁTRE STAT A INDIVIZILOR

Statele Unite, dar şi alte state, au pus la punct de multă vreme sisteme de observaţie şi ascultare prin satelit sau prin interceptarea traficului de pe Internet ori în reţelele telefonice, care permit supravegherea ansamblului comunicaţiilor ce au loc în lumea întreagă, inclusiv cele ale şefilor de stat, după cum a deconspirat recent WikiLeaks în ce priveşte NSA (Agenţia americană de securitate naţională). Ele au încheiat acorduri de colaborare şi schimb cu marii deţinători de date digitale[150] (între care la loc de frunte se află Google şi Yahoo[151]).

Diverse instituţii de stat (poliţia, vama, serviciile de informaţii, autorităţile fiscale) au posibilitatea de a accesa toate aceste date. Recent, sub pretextul prevenirii terorismului, statul francez a acordat serviciilor de informaţii dreptul de a pătrunde masiv – fără nici o autorizaţie din partea unei instanţe superioare şi fără nici un control – în viaţa privată a tuturor

150A se vedea M. DUGAIN şi C. LABBE, *L'Homme nu. La dictature invisible du numerique,* Robert Laffont et Pion, 2016, pp. 52-58.

151 Yahoo a realizat în secret, în 2015, un program care permite căutarea de date precise la solicitarea serviciilor de securitate americane în mailurile primite de utilizatorii săi. Marea firmă de Internei a examinat astfel mai multe milioane de conturi Yahoo Mail la ordinul NSA sau FBI, au dezvăluit recent doi foşti angajaţi şi o a treia persoană care era la curent cu această practică. Faţă de acestea, firma s-a mulţumit să răspundă că Yahoo este o companie care respectă legea şi se supune legilor din Statele Unite.

cetăţenilor, în special prin următoarele mijloace:

1) Instalarea de „cutii negre” pe reţelele de telecomunicaţii, care permit analizarea ansamblului de „metadate”[152] cu ajutorul unui algoritm, adică al unui program informatic care răspunde la instrucţiuni precise. Este vorba cu adevărat de o supraveghere în masă, deoarece traficul e supravegheat în totalitate, algoritmul operând în cadrul lui o selecţie automată pornind de la anumite cuvinte-cheie.

Metadatele pot părea *a priori* anodine, pentru că ele nu se sprijină pe conţinutul mesajelor schimbate. În realitate, metadatele permit, prin coincidenţa lor, nu doar identificarea rapidă a persoanelor în cauză[153], ci şi obţinerea de ne-numărate informaţii cu caracter privat cu privire la ele.

152 Metadatele se referă la diverse elemente, cum ar fi numele, adresa de mail, parola, adresa IP conţinute într-un mail expediat, subiectul, destinatarul, data, ora şi fusul orar când a avut loc comunicarea, tipul de conţinut (formatul fişierului...). Pentru o reţea de socializare, ele includ numele utilizatorului, localizarea sa geografică, telefonul utilizat dacă este vorba de o conexiune mobilă, data la care a fost creat contul. Pe paginile Web, ele conţin căutările efectuate, adresa site-urilor vizitate, ora vizitării, furnizorul de acces.

153 În 2013 un studiu a arătat că sunt suficiente patru puncte geografice pentru a se identifica 95% dintre utilizatorii unei baze de date de 1,5 milioane de persoane. În 2007 cercetătorii de la Universitatea Columbia i-au putut identifica pe şefii companiei Enron numai studiind volumele de mailuri schimbate şi timpii de răspuns medii, într-o bază de date conţinând 620.000 de mesaje. Cercetătorii de la Universitatea din Ghent au reuşit să reconstituie viata unui om colectând metadate doar o săptămână. O organizaţie de apărare a drepturilor omului din America a arătat că se poate prevedea locul unde se va afla o persoană prin analiza istoricului locurilor frecventate de cunoscuţii acesteia.

2) Instalarea de *keyloggers,* care permite cunoaşterea celor tastate de persoana supusă observaţiei.

3) Instalarea de *IP-catchers,* care permite captarea conversaţiilor telefonice, a SMS-urilor şi traficul de Internet (inclusiv mailurile) pe o rază de 500 de metri.

4) Instalarea de camere de luat vederi şi microfoane în- tr-un apartament sau de dispozitive GPS într-un vehicul.

Orice tentativă a unui cetăţean de a scăpa de controlul informatic al statului – de exemplu prin utilizarea unui sistem de bruiaj sau a unui program ca Tor, care permite, atunci când se navighează pe Internet, camuflarea adresei IP a calculatorului, şi face aşadar imposibilă localizarea şi identitatea celui care-l foloseşte – face din el un suspect în ochii serviciilor de supraveghere. Ca şi faptul că un internam a accesat o dată, în scop pur informativ, un site ne-vralgic, listat de algoritm. De asemenea este considerată suspectă orice persoană care stabileşte un contact oarecare cu un suspect deja avut repertorizat.[154]

O parte din activitatea de supraveghere desfăşurată de stat şi de primării are desigur drept obiectiv sporirea siguranţei publice; dar regăsim aici vechea problemă a faptului că un plus de libertate duce la un minus de siguranţă, iar un

154 Intr-o manieră foarte personală, fostul preşedinte francez Nicolas Sarkozy declara (30.11.2015): „Cine consultă imaginile postate de un jihadist este un jihadist.”

plus de siguranţă, la un minus de libertate. Orice societate democratică, din acest punct de vedere, a fost silită să adopte o cale de compromis. Dar mijloacele moderne, inclusiv în societăţile democratice, favorizează sistemul de securizare totală, care îşi află un teren prielnic în lipsa de securitate resimţită în zilele noastre de cetăţeni, din motive care ţin de evoluţia societăţilor moderne: slăbirea simţului moral (mai ales din cauza faptului că religiile şi-au pierdut puterea de influenţă), creşterea de- lincvenţei, dezvoltarea fanatismelor politice şi religioase, permeabilitatea frontierelor de care profită organizaţiile mafiote şi bandele de infractori etc. Sistemul de securizare totală implică o dezvoltare a mijloacelor de prevenţie, iar aceasta, la rândul ei, implică o dezvoltare a mijloacelor de supraveghere, care se perfecţionează tot mai mult, pe măsură ce metodele de a le evita devin tot mai performante.

Incet-încet, am intrat într-o formă de totalitarism, care însă reuşeşte să se ascundă în spatele acestei invizibilităţi a observatorilor digitali. într-un articol publicat în *The Nation* (New York) pe 23 martie 2015, David Cole scrie:

> Să ne imaginăm un stat care şi-ar obliga cetăţenii să declare în permanenţă unde şi cu cine se află, ce anume fac, în ce scop îşi folosesc timpul şi banii. Nici unul dintre noi nu ar dori să trăiască într-un astfel de stat. Asociaţiile pentru drepturile omului ar condamna pe dată un astfel de stat care nesocoteşte demnitatea umană şi

libertatea. I-am deplânge pe locuitorii lui, lipsiţi de drepturi care sunt esenţiale într-o

societate democratică liberală. Şi totuşi, într-un asemenea stat trăim noi astăzi, cu singura diferenţă că statul nu ne obligă în mod direct să-i furnizăm aceste informaţii personale. El a pasat colectarea lor firmelor private, apoi scormoneşte în toată această adunătură după cum voieşte.

Această formă de totalitarism pe care o îndurăm şi-a găsit loc într-un stat care, teoretic, este un stat democrat. Ne putem imagina ce ar putea face din toate aceste mijloace de supraveghere un stat pur totalitar şi dur care i-ar urma...

Este adevărat că o prea multă informaţie sfârşeşte prin a ucide informaţia însăşi, că majoritatea informaţiilor care circulă sunt lipsite de interes, iar cetăţenii care n-au nimic de ascuns n-au a se teme de faptul că sunt atent observaţi sau ascultaţi. Dar, după cum au demonstrat în 11 puncte Maurits Martijn şi Rob Wijnberg într-un articol recent din ziarul *De Corespondant* (Amsterdam), până la urmă „fiecare dintre noi are ceva de ascuns”, şi anume viaţa sa personală şi intimă.

Simpla posibilitate de a fi observat şi ascultat, sau faptul de a şti că nimic nu poate fi totalmente confidenţial sunt în mod subiectiv resimţite, pe bună dreptate, ca o micşorare sau chiar ca o negare a libertăţii personale, ca o intruziune în viaţa privată, ca o violare a intimităţii, şi de aceea ca o lezare a demnităţii umane.

CONTROLUL ECONOMIC AL TUTUROR INDIVIZILOR

Mulţi agenţi economici au convenit de-acum să-şi transmită şi să regrupeze, în scop mercantil, datele personale colectate cu ajutorul formularelor completate pe Internet, când are loc o înscriere sau o tranzacţie, al cârduri-

lor de fidelitate sau al înregistrării pe site-urile şi magazinele *on line* a cumpărăturilor dorite sau efectuate.

Toate aceste date sunt în prezent adunate, regrupate şi centralizate în băncile de date (aşa-numitele Big Data), care ulterior le analizează şi le regrupează pentru a stabili profilul consumatorilor, şi apoi vând rezultatele acestui *paneling'* site-urilor comerciale, care le comunică centrelor lor de prospectare a pierii, care în felul acesta îşi ţintesc exact potenţialii clienţi.

După cum se vede pe marile site-uri comerciale de pe Net (ca Amazon), atunci când cineva pur şi simplu se interesează de un produs, acest interes al său este înregistrat şi site-ul propune imediat sau la următoarele consultări produse de acelaşi tip.

în unele magazine, un sistem informatic aflat în legătură cu mobilul clienţilor prezenţi permite cunoaşterea interesului acestora pentru un produs sau altul, înregistrând cât timp au stat în faţa lui, cu scopul de a le face ulterior oferte comerciale corespunzătoare.

Numeroase site-uri de pe Net propun – uneori în mod insistent, cum face Google – să se indice în mod permanent pe calculator poziţia geografică a utilizatorului; pe smartphone, aceasta este captată în permanenţă dacă ne-am dat acordul (care este absolut necesar pentru anumite servicii). Această localizare este apoi utilizată direct de site-urile comerciale sau vândută de Big Data pentru a

adapta ofertele comerciale la situarea geografică a persoanei în funcţie de magazinele aflate în proximitate.

Multe dintre aceste oferte comerciale au mari şanse de succes, pentru că ele constituie tot atâtea tentaţii legate

[1] Nume dat analizei comportamentului şi profilului cumpărătorilor. de pasiunile noastre, de dorinţele noastre, de ce anume ne interesează sau de uşurinţa cu care noi putem avea acces la ele, toate acestea fiind de-acum bine cunoscute.

Datele din cârdul de sănătate, privind serviciile de sănătate, sunt pentru moment relativ bine protejate. Dar diverse obiecte conectate (brăţări, ceasuri...) permit unor prestatori care nu sunt obligaţi să respecte secretul medical să dispună de date pe care ulterior le pot exploata din punct de vedere comercial. De exemplu, tot mai multe persoane îşi supraveghează diferiţi parametri corporali (activitate – deplasări, mişcări – de-a lungul zilei, greutate, masa corporală, caloriile consumate şi cele cheltuite, tensiunea arterială, ritmul cardiac, periodicitatea, durata şi calitatea somnului etc.) cu ajutorul unor aplicaţii de pe smartphone sau calculator, care sunt apoi transmise unor prestatori, sub pretextul sintetizării şi analizării lor, dar care pot fi uşor exploatate de ei. Google a lansat recent o funcţie care permite internauţilor să-şi identifice boala după simptomele introduse de ei în bara de căutare. Gigantul american propune în acest caz

scheme de tratament de automedicaţie. E vorba aici nu doar de preluarea unei părţi din beneficiile obţinute prin vânzarea acestor tratamente, dar şi de strângerea în acest mod a unui maxim de date negociabile referitor la sănătatea persoanelor care au naivitatea să-i încredinţeze aceste informaţii intime şi confidenţiale.

5 J > J

Diverse date permit firmelor de servicii să facă previziuni în interes propriu. *Visa,* una dintre principalele firme de cârduri bancare, merge până acolo încât calculează riscul de divorţ prin analiza comportamentului în materie de cumpărare al aderenţilor săi. Companiile de asigurări sunt interesate să obţină toate datele clienţilor lor potenţiali, referitor la nivelul de viaţă, la stabilitatea locului de muncă sau la sănătatea lor (aşadar la antecedentele şi tratamentele medicale, la obişnuinţele alimentare şi la sporturile practicate), în funcţie de care acceptă sau nu asigurarea lor, variind taxele de asigurare în funcţie de riscurile astfel stabilite. La fel procedează şi băncile când e vorba de acordarea creditelor.

Nu sunt decât câteva elemente care arată felul în care noile media permit un control economic al indivizilor, cu o putere la care nu ar fi putut ajunge altădată.

Pentru firmele Big Data care administrează aceste date, indivizii nu sunt decât un ansamblu de date digitale care pot fi exploatate din punct de

vedere economic, mai exact clone digitale, dotate cu identitate proprie, dar lipsite de orice dimensiune umană şi personală.

EXPUNEREA DE SINE, PIERDEREA PUDORII ŞI A SIMŢULUI INTIMITĂŢII

Abolirea distanţei dintre viaţa privată şi viaţa publică nu este doar un fapt generat de state şi de marile corporaţii economice care gestionează Big Data. Ea este generată de asemenea de persoanele înseşi, în cadrul unui proces în care noile media oferă un teren propice pentru exprimarea şi dezvoltarea unor anumite dispoziţii psihologice şi spirituale.

Urmând lui Guy Debord[1], un mare număr de analişti a constatat că societatea noastră a devenit, în diversele ei sfere, „o societate a spectacolului", în care reprezentarea primează în faţa realităţii, iar aparenţa este mai importantă decât existenţa. Aşa că s-a instaurat în societatea noastră

[1]*La Société du spectacle,* Buchet/Chastel, Paris, 1967.

o adevărată „tiranie de a se produce în public”.[155] Chiar cei care în societate ocupă funcţii vizibile şi au o notorietate asigurată – prin poziţia lor socială ori prin creaţiile lor în domeniul intelectual sau cultural – se folosesc din plin de noile media pentru a fi cât mai prezenţi posibil pe acest plan, în virtutea unui principiu stabilit mai nou, şi anume că lucrul pe care îl faci nu e real şi valoros decât dacă e cunoscut, altfel spus dacă se vorbeşte de el şi dacă e expus şi văzut. De-acum, măsura notorietăţii o dă numărul de pagini web pe care eşti prezent, numărul de „prieteni” sau de /¿4<?-uri pe Facebook, numărul de*followers* pe Twitter.

Uşurinţa cu care oricine poate să-şi creeze o pagină personală sau un blog pe Internet, sau, şi mai mult, o pagină de Facebook ori un cont Twitter, a favorizat expunerea de sine în toate formele posibile şi a permis oricărui anonim să se prezinte unui public mai mult sau mai puţin larg, dobândind în felul acesta impresia că a ajuns cunoscut.

Când e vorba de unul care n-a făcut nimic remarcabil, se manifestă nevoia de a se face remarcat cu orice preţ. Iar unul dintre principalele mijloace de a atrage atenţia este acela de a prezenta comportamente deviante sau transgre- sive, ori de a-şi expune intimitatea psihică sau fizică curiozităţii sau voyeurismului

155A se vedea S. TISSERON, *L’Intimite surexposée,* Eyrolles, Paris, 2013.

unor potenţiali spectatori.

Uşurinţa cu care fiecare vorbeşte pe noile media despre chestiuni personale, altădată trecute sub tăcere, din respect de sine, din pudoare sau pentru a nu se face de ruşine, arată cât de mult s-a pierdut simţul intimităţii şi cât de mult s-au şters limitele dintre sfera privată şi cea publică; iar toate acestea sunt legate de o pierdere a simţului moral, a simţului tainei care ţine de profunzimea şi specifici-

tatea cu neputinţă de comunicat a fiecărei persoane, inclusiv a propriei persoane.

Acestea se observă şi în folosirea, azi generalizată, a telefoanelor mobile în spaţiile publice, unde fiecare vorbeşte cu voce tare despre cele mai diverse chestiuni, fără să se jeneze câtuşi de puţin de faptul că cei din jur îl aud sau că în felul acesta invadează spaţiul personal al altora.

Noile media au favorizat nu doar expunerea, ci su- pra-expunerea de sine, care se caracterizează prin înfăţişarea de bunăvoie sau consimţită a intimităţii proprii, unui public oarecare, fără nici o rezervă. Această „intimitate supra-expusă”[156] răspunde exigenţei de transparenţă totală impusă de societăţile occidentale moderne, dar şi unei culturi a narcisismului dezvoltată de aceste societăţi.

După cum bine a arătat filosoful american Christopher Lasch, această cultură a narcisismului a invadat toate sferele societăţii[2], iar noile media i-au furnizat un sprijin preţios.

Ceea ce psihanaliza numeşte narcisism este una dintre formele de „filautie” (sau iubire egoistă de sine), privită de spiritualitatea creştină răsăriteană drept una dintre patimile fundamentale ale fiinţei umane, maica tuturor celorlalte patimi, având din această cauză cele mai rele urmări asupra persoanei, după cum vom vedea în chip amănunţit în cele ce urmează.

156 *La Culture du narcissisme,* Flammarion, Paris, 2008.

IX

NEGAREA TRUPULUI SI ALTERAREA SĂNĂTĂŢII SALE[5]

„Iar dacă va fi ochiul tău
rău, tot trupul tău va fi
întunecat" *(Matei 6,* 23)

TRUPUL ESTE DAT LA O PARTE

După cum am văzut mai înainte referitor la relaţiile cu celălalt, unul dintre efectele noilor media, oricare ar fi ele, este – în afară de mobilizarea organelor senzoriale şi a degetelor (pe tastatură, pe *touchpad, pcjoystick* sau pe telecomandă.,.) – faptul că trupul este dat la o parte, supus inactivităţii şi, mai mult sau mai puţin, izolării şi unei stări de absenţă faţă de propria persoană şi faţă de celălalt.

În toate cazurile (cu excepţia telefonului mobil), *homo connecticus* stă nemişcat într-un loc şi uită de trup. în majoritatea cazurilor, se izolează de ceilalţi pentru a se dedica activităţii sale. Iar când intră în relaţie cu alţii, cel mai adesea trupul său nu ia deloc parte.

Faptul că propriul trup nu este văzut de ceilalţi şi nici trupul celorlalţi nu este văzut nu este impus doar de natura noilor media, ci corespunde unei dorinţe, mai mult sau

mai puţin conştiente, de a scăpa, de a se feri de privirea celorlalţi sau de a nu se confrunta cu existenta lor reală, marcată de prezenţa fizică a trupului lor. Ca urmare, multor oameni le este mai uşor să comunice cu ceilalţi dacă nu îi au în faţa lor, în carne şi oase, cu trupul şi chipurile lor, ne-înţelegând că această fugă de sine şi de ceilalţi este în fond o atitudine nevrotică.

Isaac Asimov a avut premoniţia acestei stări de descărnate atunci când, în romanul său *Soarele gol,* i-a înfăţişat pe locuitorii planetei Solaria înţepeniţi în casele lor, în faţa calculatoarelor, fără nici o legătură fizică între ei, cuprinşi de angoasă sau chiar de panică atunci când o întâlnire îi silea să se vadă în carne şi oase.

Philippe Breton se întreabă: „Noul cult al virtualului nu înseamnă oare un mod de a ne lua «rămas bun de la trup» ca rădăcină identitară a omului, pe care David Le Breton îl descrie şi îl denunţă cu atâta forţă?”[157] [158]

Acesta din urmă – care constată la modul general că „s-a impus o religiozitate a maşinii pe fondul unei denigrări a omului şi al unui dispreţ pentru condiţia corporală care îi este inerentă”[2] – arată cum, pentru utilizatorul noilor media, trupul devine pe de o parte un obiect care nu face altceva decât să ne încurce şi să ne perturbe activitatea prin exigenţele sale fiziologice, şi, pe

157[1] *Le Culte de l’Internet. Une menace pour le lien social?,* La Decouverte, Paris, 2000, pp. 10-11. Referinţă la D. LE BRETON, *ILĂdieu au corps,* Metaille, Paris, 1999.

158*ICAdieu au corps,* Metaille, Paris, 1999, p. 190.

de altă parte, prin jocul travestirilor şi aşadar al metamorfozelor, un soi de făptură fărâmiţată, care-şi pierde identitatea:

> Navigarea pe Net sau în realitatea virtuală le creează în- ternauţilor sentimentul de a fi încorsetaţi într-un trup stân-

jenitor şi nefolositor, care trebuie hrănit, îngrijit, întreţinut ş.a.m.d., şi că viaţa le-ar fi mai fericită fără toate aceste tracasări. Comunicarea fără chip, fără trup, favorizează identităţile multiple, fragmentarea subiectului angajat într-o serie de întâlniri virtuale, în care îşi ia de fiecare dată alt nume, adică o vârstă, un sex şi o profesie alese toate potrivit circumstanţelor. Cybercultura este adesea descrisă de adepţii ei ca o lume minunată deschisă unor mutanţi, care inventează un nou univers, acest paradis fiind în mod necesar lipsit de trupuri.[159]

NOILE MEDIA, FACTORI DE RISC PENTRU SĂNĂTATE

Efectele negative ale noilor media asupra sănătăţii i-au condus pe doi pediatri americani la concluzia care însă poate fi extinsă şi la adulţi: „Media trebuie să fie recunoscute ca o problemă majoră de sănătate publică.”[160]

În studiul său *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* Michel Desmurget subliniază caracterul deosebit de patogen pentru corpul uman al televiziunii, făcând următoarea introducere la capitolul intitulat „Televiziunea, o ameninţare pentru sănătate”:

Imaginaţi-vă o substanţă recreativă care, odată

159 *Ibid.,* p. 18.

160D.A. CHRISTAKIS şi FJ. ZIMMERMANN, «Media as a Public Health Issue *», Archives ofPediatrics and Adolescent Mediane,* 160,2006, p. 445.

înghiţită, creşte considerabil tendinţa spre obezitate, tabagism, alcoolism, insomnie, sinucidere, comportamente sexuale riscante şi comportament alimentar dezordonat (anorexie/ bulimie). Aţi lăsa oare să pătrundă în căminul vostru o astfel de substanţă? Aţi accepta ca să fie copiii voştri supuşi în-

fluenţei ei? Tare mă îndoiesc! Dacă nu mă înşel în această privinţă, atunci e limpede că o majoritate zdrobitoare de spectatori constanţi şi de părinţi devotaţi nu realizează deplin marele grad de toxicitate al micului ecran. Intr-adevăr, zeci de studii arată cu o terifiantă regularitate că între acest mic ecran şi substanţa recreativă amintită mai sus nu poate fi stabilită nici o diferenţă. Televiziunea nu este o formă anodină de petrecere a timpului liber. Ea constituie o problemă de sănătate majoră.[161]

DIMINUAREA ACTIVITĂŢII FIZICE

Efectele patogene ale noilor media asupra corpului se datorează în primul rând faptului că aceste media reduc considerabil activitatea fizică a celor care rămân zilnic multe ore tintuiti în fata ecranului.

5) >

Rezultatele nefaste ale sedentarismului au fost în mod abundent subliniate de presa medicală în decursul ultimelor decenii, în care s-a petrecut, în ceea ce priveşte un mare număr de profesii – mai ales din cauza sporirii sectorului servicii – o reducere importantă a activităţii fizice legate de munca propriu-zisă, pe care dezvoltarea activităţilor sportive o compensează doar parţial.

Corelarea dintre timpul petrecut în faţa televizorului şi creşterea riscurilor cardio-vasculare a fost pusă în evidenţă de diverse

161 *Op. cit., pp.* 187-188.

studii[162], ale căror rezultate pot fi extinse în ce priveşte noile media – jocuri video, Internet... care implică o imobilitate aproape completă a corpului în faţa ecranelor un timp îndelungat.

Faptul că ochii privesc ţintă pe ecran şi că pleoapele rămân multă vreme imobile generează de asemenea diverse patologii oculare, începând cu uscăciunea şi iritarea ochilor pe care le produc, până la tulburări de focalizare, însoţite de oboseala cerebrală produsă de eforturile care se fac pentru compensarea lor.

Dezvoltarea „căminului inteligent” *{home automation}* şi a comerţului *on line* sunt şi ele cauze ale reducerii activităţii corporale, dăunătoare pentru sănătate, pentru că primul lipseşte persoanele, care deja sunt puţin active, de măcar câteva mişcări prin casă de care ar putea beneficia corpul, iar al doilea, ieşirile şi mersul pe jos pe care le implică cumpărăturile din magazin. Spectacolele vizionate la domiciliu, prin intermediul televiziunii sau al Internetului, îi ţin de asemenea pe oameni imobilizaţi în casele lor.

DEGRADAREA OBIŞNUINŢELOR

162 A se vedea mai ales K. WINDAELE, G.N. HEALY, D.W. DUNSTAN, A.G. BARNETT, J. SALMON, J.E. SHAW, P.Z. ZIMMET, N. OWEN, «Increased Cardiometabolic Risk is Associated with Increased TV Viewing Time», *Medicine and Science în Sports and Exercise,* 42, 2010, pp. 1511-1518. Riscul de decese suplimentare este de ordinul a 13% pentru o expunere medie (între 2 şi 4 ore pe zi) şi de 43% pentru o expunere intensă (peste 4 ore).

ALIMENTARE, BULIMIE ŞI OBEZITATE

Activităţile pe ecran (televiziune, jocuri video, Internetül...) au de asemenea efecte supărătoare referitor la obişnuinţele alimentare: se mănâncă la ore neregulate, hrana e de tip *fast food,* negătită – pentru a întrerupe cât mai puţin activitatea în curs de desfăşurare –, alimentaţia nu este echilibrată; la toate acestea se adaugă, în ceea ce-i priveşte mai ales pe telespectatori, „ronţăitul" des – care, conform statisticilor, ocupă 15% din timpul petrecut în faţa televizorului – de produse în general pline de calorii
(pop-corn, chipsuri, biscuiţi, dulciuri...) şi consumul de băuturi la fel de pline de calorii (sucuri carbogazoase şi tot felul de alte băuturi dulci pentru copii, iar pentru adulţi, şi uneori chiar pentru adolescenţi, bere şi multe alte băuturi alcoolice).

Acest mod de hrănite capătă forma unei bulimii inconştiente, deoarece este maşinală. Unul dintre efecte este obezitatea, favorizată în mod corelativ de lipsa de mişcare.

Asiduitatea în faţa ecranelor nu este, desigur, singura cauză a obezităţii, dar contribuie mult la apariţia ei, şi de aceea se poate spune că „pe cât un spectator este mai devotat postului său, pe atât de multe şanse are să fie supraponderal."[163]

163 *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 213. în această carte se va găsi, la paginile 190-214, o lungă analiză, bine documentată şi cu cifre precise, asupra legăturii dintre

Obezitatea legată de factorii amintiţi anterior[164] îi afectează în primul rând pe copii, dar ea se repercutează asupra vârstei adulte în măsura în care adulţii îşi continuă comportamentele greşite care o cauzează. Diverse patologii (ca hipertensiunea – cu riscul de accident vascular cerebral –, diabetul, artroza, colesterolul crescut, apneea din timpul somnului, tulburările endocrine sau anumite forme de cancer, fără a uita de tulburările psihice legate de subestimarea de sine) decurg din obezitate, cu un risc sporit de mortalitate de 50 la 80%.[165]

ALCOOLISM ŞI TABAGISM

În studiul său *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* Michel Desmurget acordă un spaţiu larg alcoolismului[166] şi tabagismului[167], care au, bineînţeles, consecinţe grave asupra sănătăţii. Ambele sunt favorizate de televiziune pe două planuri diferite. Pe de o parte, starea pasivă a telespectatorului oferă un teren favorabil consumului de tutun şi de băuturi alcoolice; băutul şi fumatul, ca şi „ronţăitul" amintit mai sus, se fac în mare parte în mod

obezitate şi televiziune, precum şi patologiile asociate.

164 'Factorii genetici ai obezităţii sunt minimi în raport cu factorii legaţi de supra-alimentaţie şi lipsa de activitate fizică.

165 'Privind legătura dintre obezitate, televiziune şi aceste patologii, a se vedea analizele bine documentate şi bazate pe cifre exacte în studiul lui M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 190-213.

166 *Op. cit.,* pp. 230-247.

167 *Op. cit.,* pp. 214-229.

automat şi inconştient. Pe de altă parte, canalele de televiziune fac reclamă pentru alcool şi ţigări, care are un impact puternic asupra adolescenţilor şi condiţionează în mare măsură practicile pe care le vor adopta la vârsta adultă. În unele ţări (de exemplu cele din Uniunea Europeană), publicitatea propriu-zisă este interzisă (în ceea ce priveşte tutunul) sau restrictivă (în ceea ce priveşte băuturile alcoolice'), dar sunt destule filme sau seriale care promovează în mod indirect aceste produse, banalizându-le[168], înfăţişând personajele pe care tinerii telespectatori le consideră eroi şi modele vrednice de urmat, ca pe nişte consumatori în mod regulat de asemenea produse; sau înfăţişând consumarea lor ca semne de bărbăţie ori de integrare în societate, numai bune de imitat.

Din punct de vedere statistic, un studiu american a arătat că fiecare oră petrecută în faţa televizorului de un adolescent de 14 ani creşte cu 10% probabilitatea ca el să se apuce de băut în următoarele 18 luni.[169] în ceea ce priveşte fumatul, un studiu efectuat asupra unui grup de copii între 9 şi 12 ani a arătat că 35% dintre ei au început să

168 Un studiu realizat de J.R. PoLANSKY şi S. GLANZ privind 479 filme produse în Statele Unite între 1999 şi 2005 a répertoriât aproape 2700 de scene în care se fumează *(First-Run Smoking Présentations în US Movies 1999-2006,* Center for Toacco Control Research and Education, University of California, San Francisco, aprilie 2007).

169 T.N. ROBINSON, H.L. CHEN, J.D. KILLEN, «Television and Music Video Exposure and Risk of Adolescent Alcohol Use», *Pediatria,* 102, 1998, p. 3.

fumeze influenţaţi de exemplele oferite de filme sau seriale;[170] un alt studiu a dat la iveală în această privinţă un procentaj de 52% pentru preadolescenţi (ai căror părinţi sunt nefumători) cu vârste cuprinse între 10 şi 14 ani.[171]

Nu vom stărui asupra acestui subiect pentru că el priveşte în mod specific televiziunea (sau la substitutele sale pentru difuzarea de filme şi seriale), mai ales pentru motivul că celelalte media nu lasă mâinile libere pentru consumul de acest gen şi nu sunt supuse în acelaşi mod publicităţii.

TULBURĂRI DE SOMN

Unul dintre efectele cele mai evidente asupra corpului, produse de folosirea noilor media (fireşte, cu o incidenţă psihică), este cel al tulburărilor de somn.

Putem asocia de la bun început tulburărilor propriu-zi- se o reducere a timpului de somn necesar (în funcţie de vârstă), generat de o utilizare a noilor media nu neapărat adictivă, deoarece această reducere poate fi produsă pur şi simplu de dorinţa de a urmări până la sfârşit o

170L. TITUS-ERNSTOFF, M.A. DALTON, A.M. ADACHI-MEJIA, M.R. LONGACRE, M.L. BEACH, «Longitudinal Study ofViewingSmokingin Movies and Initiation of Smoking bv Children», *Pediatrici,* 121, 2008, p.15.

171'M.A. DALTON, J.D. SARGENT, M.L. BEACH, L. TITUS-ERNSTOFF, JJ. GIBSON, M.B. AHRENS, J.J. TICKLE, T.E HEALTHERTON, «Effect of Viewing Smoking în Movies on Adolescent Smoking Initiation: A Cohort Study», *Lancet,* 362, 2003, p. 281.

emisiune care a început la sfârşitul serii, de a duce la bun sfârşit o căutare pe Internet, făcută mai târziu, sau de grija de a încheia corespondenţa de zi cu zi prin mail sau SMS. Pe plan cantitativ însă, tulburări mai grave pot fi provocate de dependenţe care ţin de media, de exemplu dependenţa de *chat-|în* (discuţii în direct) sau de jocurile video care, atunci când sunt *on line,* îi fac pe unii tineri să stea treji toată noaptea, cu consecinţe grave pentru activitatea de a doua zi, dacă aceasta este şcolară sau profesională.

Tulburările calitative ale somnului se manifestă la majoritatea utilizatorilor activi ai noilor media, în special a celor cu ecran; aceştia adorm cu greu, se trezesc des noaptea şi le e greu să adoarmă din nou, fapt care produce o stare de oboseală în dimineaţa următoare, resimţită adesea în tot timpul zilei.

Cauzele sunt diverse.

Să notăm în primul rând faptul că somnul comportă o serie de cicluri. Dacă se ratează primul ciclu, adică dacă el nu începe prin a adormi, atunci adormirea este amânată pentru ciclul următor. Această ratare devine frecventă prin faptul că markerii fiziologici care induc starea de somn sunt dezechilibraţi de determinant mai puternic: sfârşitul filmului sau al emisiunii de la televizor, sau al secvenţelor de activitate pe Internet sau pe reţelele de socializare.

În al doilea rând, de asemenea pe plan natural, starea de somn este legată de o scădere a

luminozităţii, or atenţia îndreptată către un ecran luminos se opune acestui proces şi-l ţine treaz pe internaut (când e vorba de telespectator, acesta este mai puţin afectat, pentru că nu stă atât de aproape de ecran).

în al treilea rând, relaţia cu noile media, atunci când ’5 este activă (mai mult în cazul calculatoarelor decât al televiziunii), menţine treze atenţia şi celelalte facultăţi.

în al patrulea rând, mişcarea conţinutului de pe Internei, discontinuitatea şi caracterul nestructurat al fluxului produc în psihic o anumită dezordine care perturbă somnul, aşa încât perioadele de trezie pe care acesta le comportă devin agitate, ceea ce compromite adormitul din nou.

În al cincilea rând, însuşi conţinutul propriu-zis, atunci când comportă scene care provoacă emoţii sau răănesc sensibilitatea, va avea efecte perturbatoare, mai ales la copii. Michel Desmurget spune astfel: „Cu cât un copil se uită mai mult la televizor, cu atât mai mult există riscul ca el să prezinte nopţi agitate, parasomnii, crize de angoasă, dificultăţi de adormire, refuzul de a merge la culcare, coşmaruri şi/sau dese treziri din somn.”[172]

OBOSEALĂ ŞI STRESS

172 *TVLobotomie. La verite scientifique sur Ies effets de la television,* ediţia a 2-a, J’ai Lu, Paris, 2013, p. 267.

Reducerea duratei de somn sau proasta lui calitatea induce o stare de oboseală care se adaugă la oboseala psihică şi intelectuală legată de însăşi folosirea noilor media (asupra cărora vom reveni în cele ce urmează) şi care are repercusiuni asupra corpului. Acesta, dacă nu este redinamizat printr-o muncă fizică sau prin activităţi sportive, poate ajunge într-o stare de astenie.

Corpul suportă şi el stress-ul provocat de folosirea noilor media, iar lucrul acesta se manifestă prin diverse tulburări fiziologice.

PRIMATUL VIRTUALULUI ASUPRA REALULUI

„Timpul nostru iubeşte mai mult imaginea decât lucrul în sine, copia mai mult decât originalul, reprezentarea mai mult decât realitatea, aparenţa mai mult decât esenţa... Pentru el, iluzia este sacră, iar adevărul, profan" (Feuerbach, *Esenţa creştinismului)*

„Când fantoma devine reală, realul devine fantomatic" (Giinther Anders, *L'obsolescence de l'homme)*

Caracteristica majoră a noilor media este faptul că ele instituie, atât în obiectele pe care le difuzează, cât şi în relaţiile pe care le stabileşte, o realitate virtuală care dedublează realitatea, o depăşeşte şi sfârşeşte prin a-i lua locul.

În percepţia lui *homo connecticus,* imaginea lumii a devenit mai importantă decât realitatea lumii.

IMAGINEA, PRIMA SERVITĂ

O schimbare majoră produsă de noile media în felul în care oamenii văd lumea este foarte marea importanţă acordată imaginii.

Această schimbare a fost iniţiată cu mai multe decenii în urmă în mijloacele de informare în masă

tipărite (ziare, săptămânale, reviste), care au înmulţit fotografiile şi au introdus din ce în ce mai mult fotografii frapante, chiar şocante, care a dat naştere unui slogan publicitar caracteristic, adoptat de un cunoscut săptămânal francez: „Forţa cuvintelor, şocul fotografiilor”.

în paralel, imaginea a dobândit un loc din ce în ce mai mare în viaţa cotidiană, devenind un mijloc privilegiat pentru publicitate, care a invadat toate celelalte media, dar şi tot ce este în jurul nostru, fie în oraşe sau în împrejurimile lor, fie de-a lungul drumurilor de ţară.

Imaginea a devenit apoi obiectul principal al televiziunii, care a invadat toate căminele. Dar ea a dobândit de asemenea un loc important în toate noile media (Internet, reţele de socializare, MMS-uri etc.), fiind vehiculată de calculatoare, tablete sau telefoane inteligente.

S-a scris mult despre puterea particulară a imaginii şi despre capacitatea ei de a impune un mesaj mult mai uşor şi cu o mai mare forţă decât cuvintele.

Această putere specială e generată de doi factori principali: în primul rând, faptul că ea se adresează văzului, cel mai receptiv şi mai sensibil dintre toate simţurile; în al doilea rând, faptul că ea are o aptitudine particulară de a provoca emoţii, ataşamente sau sentimente, şi de a suscita dorinţă sau repulsie. După cum a subliniat Pascal mult înaintea tuturor specialiştilor în comunicare,

puterea de convingere face mai puţin apel la raţiune, cât la imaginaţie şi la sensibilitate[173], şi o imagine emoţionantă produce adeziune mai mult decât cel mai bine gândit şi formulat argument raţional.

Agenţiile publicitare au înţeles imediat beneficiul pe care-l puteau obţine din această putere a imaginilor. Media au folosit-o de asemenea pentru a creşte numărul de cititori sau de spectatori. Iar diversele instituţii interesate în orientarea opiniei publice şi în manipularea maselor au ştiut şi ele să le exploateze în folosul lor.

Puterea de reacţie sau de acţiune obţinută prin imagine este cu atât mai mare cu cât imaginea însăşi poate fi definită potrivit cu ceea ce se urmăreşte prin prezentarea ei. Momentul pozei şi unghiul din care este făcută permit deja în foarte mare măsură orientarea felului în care va fi percepută realitatea pe care ea o reprezintă; tot aşa, selectarea unui anume fapt sau a unui personaj anume din cadrul unui eveniment, întotdeauna complex prin însăşi natura lui. Pentru un film (reportaj sau documentar), scenariul permite dinainte alegerea planurilor sau a interlocutorilor, iar montajul, la un al doilea nivel, permite şi el reţinerea anumitor elemente şi eliminarea altora, dând astfel cu uşurinţă

173 Cf. *Pensees,* ediţia Brunschvicg, nr. 82 [tr. rom. de Maria şi Cezar Ivănescu, în: PASCAL, *Cugetări,* Ed. Aion, 1998, pp. 65-69 – *n. trad.}.*

informaţiei orientarea dorită. Soft-uri-
5 5 >
le de prelucrare a imaginii (Photoshop şi altele) permit retuşarea după cum se voieşte a unor imagini (înfrumu- seţându-le sau urâţindu-le) până la a le truca (adăugând sau eliminând personaje sau elemente din mediul înconjurător, de exemplu); imaginile contribuie astfel la impunerea unei anumite viziuni şi concepţii despre persoanele şi faptele reprezentate, la suscitarea emoţiilor, sentimentelor, dorinţelor sau opiniilor dorite/scontate.

Dar importanţa acordată imaginii până la a o face să apară ca mai valoroasă decât realitatea pe care o reprezintă nu se constată doar la nivelul acestor media difuzoare de imagine; ea poate fi văzută acum în viaţa cotidiană a fiecărui adept al digitalului. Uşurinţa cu care oricine poate produce imagini, nu doar cu aparate foto şi camere de filmat, ci şi cu tablete şi mai ales cu telefoane inteligente-o uşurinţă nu doar de natură tehnică (utilizarea este simplă), ci şi practică (aparate uşoare, întotdeauna la îndemână) şi economică (imaginile digitale nu costă nimic) – a condus la proliferarea fotografiilor în viaţa cotidiană. Fără a vorbi de practica r^e-urilor, prin care individul îşi manifestă într-un mod iraţional nevoia de cât mai multe fotografii cu propria persoană, în general *homo connecti- cus* simte nevoia să fotografieze oricare situaţie în care se găseşte. Ceea ce contează pentru el nu mai este momentul trăit,

natura înconjurătoare, persoanele de lângă el sau chiar mâncarea din farfuria pe care o are înainte, ci captarea lor digitală. Bulimia sa fotografică nu mai are justificarea pe care o avea odinioară pasiunea pentru fotografie, care era scoasă pe hârtie, lipită într-un album răsfoit din când în când în familie, spre aducerea-aminte de marile şi frumoasele momente din trecut. Inflaţia de imagini digitale este într-atât de mare, încât nimeni nu are timp să se mai uite vreodată la ele – dacă sunt salvate pe un suport independent, de pe care de altfel sunt şterse şi înlocuite cu altele, pentru că nu mai există loc pentru toate. Adesea, ele se fac pentru a fi trimise altora („şeruite", cum se spune în limbajul folosit pe Facebook), dar cu aceşti „prieteni" şi *„followers"* inundaţi de valul imaginilor primite din toate părţile[174], soarta lor rămâne la fel de efemeră.

Important acum este că ai făcut o fotografie şi ai postat-o pe Facebook sau pe Twitter, nu că ai trăit un anume moment şi ţi-a plăcut ceva anume. Şi acesta este un lucru neliniştitor. Mai înainte de a adăsta o clipă ca să contemplăm un peisaj, îl fotografiem, iar odată fotografiat, nu ne mai interesează, pentru că ni se pare că în felul acesta ni l-am însuşit. Fotograful digital nu mai trăieşte realitatea decât sub forma reprezentării şi a

174 în 2015, pe Instagram, aplicaţia pentru fotografii din Facebook, 300 de milioane de utilizatori activi afişau în fiecare zi 70 de milioane de imagini *(Le Monde,* 10 aprilie 2015).

' *La Société du spectacle,* ed. a treia, Gallimard, Paris, 1992, §1.

difuzării ei necontenite, altfel spus el se sustrage în permanenţă din lumea reală şi se cufundă într-una fantomatică.

Prin faptul că pun reprezentarea lumii la dispoziţia lui *homo connecticus,* noile media îi anesteziază dorinţa de a descoperi lumea şi de a o experia în mod concret. Sub pretext că-i îmbogăţesc viaţa, de fapt i-o sărăcesc şi-i mărginesc tărâmul libertăţii, pe care declară sus şi tare că-l extind.

De ce-am mai dori să facem drumuri lungi, ostenitoare, primejdioase şi costisitoare până în cele mai îndepărtate colţuri ale lumii, când, fără să ne mişcăm de pe fotoliul nostru, filmele de la televizor sau de pe Internet ni le aduc şi ni le pun în faţa ochilor? Ce rost mai are să-ţi doreşti să mergi la un muzeu şi să stai la o coadă lungă, când Google, cu aplicaţia sa ArtProject, îţi pune înainte pe dată, cu un simplu clic, aproape 40.000 de capodopere din lumea întreagă, redate cu cea mai mare fidelitate ?

Dar aici se vede limpede simulacrul, iluzia, înşelătoria: din ce ţi se înfăţişează lipseşte adevărata mărime a pânze – lor, lipsesc culorile reale, nu poţi să te apropii sau să te depărtezi de ele, ca să le vezi din diferite unghiuri; lipseşte mai cu seamă emoţia pe care o oferă întâlnirea cu o operă de artă în locul cuvenit, menit contemplării ei. Privitorul nu se mai află într-un muzeu, unde are în faţa ochilor opere originale, ci i se pune înainte un ansamblu (mai bine zis o suită) de copii

care seamănă cu cele realizate în serie de un falsificator, şi chiar mai nereuşite de acelea, pentru că sunt reduse la dimensiunile (sau în cazul sculpturilor la suprafaţa plană) a unui ecran.

PRIMATUL VIRTUALULUI ASUPRA REALULUI

Prin uşurinţa de a produce, de a manipula şi de a difuza imagini, şi prin importanţa care li se acordă, noile media au înfiinţat o lume virtuală paralelă cu lumea reală, cu o mai mare forţă.

Această situaţie a fost bine sesizată încă de acum patruzeci de ani de către cei care au reflectat asupra mijloacelor de informare în masă, în mod deosebit de Guy Debord, în celebrul său eseu *La société du spectacle,* care începe prin a constata: „întreaga viaţă a societăţilor în care domnesc condiţiile moderne de producţie se prezintă ca o imensă acumulare de spectacole. Tot ce se trăia în mod direct s-a pierdut într-o reprezentaţie."[1] Acest spectacol, această reprezentare a lumii care dublează lumea şi în final o înlocuieşte, este în principal constituită din imagini: „Spectacolul nu poate fi înţeles ca abuzul unei lumi a văzului, ca produsul tehnicilor de difuzare masivă a imaginilor. El este de fapt mai degrabă o *Weltanschauung'* devenită efectivă, manifestată în mod material. Este o viziune asupra lumii care s-a obiectivizat."[175] Această lume ireală

175 Op. *cit.,$* 5.

a spectacolului nu este neutră, ea reflectă în mod global orientările societăţii şi, în lumea occidentală modernă, are o finalitate esenţialmente politică şi mai ales economică, dacă admitem că în această lume politicul este dominat de economic: „Spectacolul, gândit în totalitatea sa, este deopotrivă rezultatul şi proiectul modului de producţie existent. El nu este un supliment al lumii reale, un ornament cu care e împodobită. El este centrul ¡realismului societăţii reale. Sub toate formele sale particulare – informaţie sau propagandă, publicitate sau consum direct de divertismente –, spectacolul constituie modelul actual al vieţii sociale dominante. Spectacolul este afirmarea omniprezentă a alegerii deja efectuate la nivel de producţie şi încheierea ei firească. Forma şi conţinutul spectacolului sunt în mod identic justificarea totală a condiţiilor şi a scopurilor sistemului existent.”[176] [177] Societatea spectacolului, subliniază Debord, constituie o lume ireală, formată din aparenţe, care este o negare a realităţii înseşi, adică a adevăratei vieţi: „Privit potrivit propriilor săi termeni, spectacolul este afirmarea aparenţei şi afirmarea întregii vieţi umane, adică sociale, drept o simplă aparenţă. Dar critica care surprinde adevărul spectacolului îl descoperă ca pe o negare vizibilă a vieţii; ca o negare a vieţii care a devenit vizibilă.”“[178]

176 *Ibid.,* § 6.
177 *Ibid.,* § 10.
178 Cuvânt din limba germană, care înseamnă „viziune asupra lumii”.

Spectacolul devine un soi de ideal şi de normă morală: „Spectacolul se prezintă ca o enormă pozitivitate indiscutabilă şi inaccesibilă. El nu spune nimic altceva decât acest lucru: «ce se vede e bun, ce e bun se vede».”[179] Societatea spectacolului creează o dublă iluzie: ea face ireal ceea ce este real şi face să apară drept real ceea ce este ireal: „Acolo unde lumea reală se schimbă în simple imagini, simplele imagini devin făpturi reale şi motivaţii eficiente pentru un comportament hipnotic.”[180]

Critica lui Debord se situează în mişcarea marxistă şi este puternic influenţată de Feuerbach. Limitele sale constau în faptul că rămâne concentrată pe domeniul economic – bine rezumat de axioma „Spectacolul îşi are rădăcina într-o economie devenită abundentă”[181] [182]; de fapt, înlocuirea prin media moderne a realităţii cu reprezentarea (în principal imaginea) realităţii afectează toate sferele societăţii – economică, politică, religioasă... – şi de asemenea sfera individuală, deoarece noile media au favorizat reprezentarea şi punerea în scenă a propriei persoane şi crearea de către oricine a unui personaj care este o dublură a persoanei sale şi i

179 *Ibid.,§ 12.Ibid.,$5S.*

180 *Ibid.,* § 18.

181 Vte/.,§58.

182 Lumea fantomatică a televiziunii şi efectele sale perverse privind relaţia cu realul au fost analizate şi criticate de manieră radicală din 1965 de G. ANDERS, *L'Obsolescence de l'homme,* voi. 1, *Sur lâme â l'epoque de la deuxieme revolution industrielle,* trad. fr., Ivrea, Paris, 2002, pp. 117-241.

se substituie.

Televiziunea a contribuit mult la constituirea unei lumi în care realitatea ne este dată s-o vedem ca spectacol, iar spectacolele, plăsmuite şi născocite, ne sunt date să le vedem ca realităţi.[4]

De o manieră generală, televiziunea implică o îndepărtare de real, deşi pretinde că-l prezintă, pentru că – după cum notează Liliane Lunţat – „ea nu este lumea, ci o iluzie a lumii, din care nu se văd decât imagini".[183] Prin intermediul ei, noi nu la lume ajungem, ci la o transpunere a lumii.[184] Problema este că imaginea, prin forţa care îi este proprie – mai ales prin faptul că ea creează impresia că simţul văzului este în acţiune tocmai pentru a percepe direct şi pentru a „constata"[185] ceea ce este – dă spectatorului falsa impresie că are în mod direct acces la realitate. După cum notează Liliane Lurçat, acest „raport mediatizar cu realul favorizează obişnuinţa de a crede în loc de a analiza şi a căuta să înţelegi: imaginea poartă în sine propria credibilitate, fără să mai fie necesară referinţa la vreo realitate exterioară".[186]

Şi nu e vorba doar de popularele emisiuni de tip *rea- lity show,* care aduc în faţa ochilor o realitate amplu regizată dinainte, dar şi în faza de post-

183 *Des enfants volés parla télévision,* François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 135.

184*Ibid.,pp.* 134-135,147./te?., p. 148.

185 Cuvant care, potrivit etimonului latin *constat* = este sigur, trimite la ide- ea de încredinţare că ceea ce se constată este real, adevărat şi sigur – *n. trad.*

186 ''*Ibid.,* p. 148.

'Gallimard, Paris, 2001.

producţie. însuşi felul în care este concepută informaţia, care ar trebui să fie în mod aprioric mai serios, tinde de asemenea, într-o anumită măsură, să prezinte realitatea ca un spectacol. Nu numai că se preferă evenimentele cele mai spectaculoase (care nu sunt întotdeauna cele mai importante sau cele mai semnificative), dar se folosesc şi procedee de punere în scenă. Uneori se cedează ispitei de a le truca, iar voinţa de manipulare (în principal politică) se manifestă adesea. Se întâmplă să avem de-a face cu evenimente inventate, sau un pseudo-eveniment (cum ar fi o lansare de produs) ajunge să ocupe mai mult spaţiu decât ceea ce este în mod real un eveniment. în toate cazurile, evenimentele sunt transformate în cadrul reportajelor, fie că sunt amplificate, fie că sunt minimalizate. Căutarea noutăţii şi a spectaculosului face ca foarte des, despre evenimente care în ziua precedentă deţineau primul loc la ştiri, pur şi simplu să nu se mai vorbească a doua zi, pentru că s-au ivit altele noi, în stare să atragă din nou cu putere atenţia spectatorului. Toate aceste chestiuni au fost analizate în mod pertinent şi probate prin exemple de Ignacio Ramonet în eseul său *La Tyrannie de la commumcation.*[1]

Liliane Lurţat la rândul ei a studiat efectul de desfiinţare a realului, de pierdere a raporturilor normale cu realul, produs de televiziune, în cadrul formării copiilor:

Televiziunea, chiar atunci când aduce lumea în căminul familial, are un efect de desfiinţare a realului, de pierdere a raporturilor normale cu realul, pentru că racordarea la real necesită activitate, folosirea celor cinci simţuri şi acţiunea asupra lucrurilor. [...] La televiziune, potrivit versului lui Rimbaud, *la vraie vie est absente* [...]. Timpul consacrat televizorului răpeşte din timpul ce s-ar cuveni folosit pentru alte activităţi, care, oricât de modeste ar fi, implică un raport cu realul şi cu ceilalţi. în multe împrejurări, ca atunci când merge la cumpărături, când intră în legătură cu alte persoane, când îi ajută pe alţii, când bricolează, când trebuie să se descurce singur ş.a.m.d., copilul se făureşte pe sine însuşi printr-un raport activ şi interactiv cu mediul ambiant şi cu celelalte persoane. în felul acesta îşi forjează personalitatea şi se inserează în societate. Absenţa tuturor acestor experienţe şi supradoza de televiziune pot avea aceste efecte de desfiinţare a realului, de pierdere a raporturilor normale cu realul la copiii care trăiesc astfel un soi de încarcerare în- tr-un univers televizual.[187]

Aceeaşi autoare notează iarăşi:
> >

Televiziunea este un factor de desfiinţare a realului şi pentru faptul că tot ce înfăţişează, realitate sau ficţiune, este transpus sub formă de imagini. De aici rezultă o dificultate de a face distincţii şi deosebiri, pentru copilul aflat la vârsta la care îi este foarte greu să distingă realul de

187 *Des enfants voles ţar la télévision,* François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, pp. 58 şi 54-55.

imaginar.[188]

Dar, în afară de televiziune, noile media au creat şi ele alte lumi virtuale. Se poate cita în primul rând lumea jocurilor, cea mai evidentă, care comportă o mulţime de sub-lumi în mod clar virtuale, inspirate din benzile desenate, din genuiy^toj (literatura miraculosului, în care lucrurile se petrec într-un trecut inventat, în ţinuturi imaginare) sau din literatura ştiinţiflco-fantastică.

Se poate de asemenea cita Internetül, care constituie el însuşi o întreagă lume. Ea este denumită „cyberspaţiul", pe care William Gibson în romanul său *Neuromancer* o descrie drept „o halucinaţie întemeiată pe un consens general, trăită zilnic de zeci de milioane de operatori".[189] În- ternauţii nu sunt doar deconectaţi de mediul real aflat în imediata lor apropiere, ci şi aruncaţi în lumea proteiformă a site-urilor fabricate, şi purtaţi prin diferitele lor *link-xxú* pe „autostrăzile informaţiei".

Reţelele de socializare şi spaţiile de discuţii constituie de asemenea lumi paralele, în mare parte lumi virtuale şi rupte de real, deoarece aici trupurile sunt absente şi multe lucruri sunt falsificate sau artificiale. în aceste lumi, rareori cineva se prezintă aşa cum este şi cu adevărata sa identitate. Forumurile de discuţii sunt populate de personaje care se ascund în spatele unor

188 *Ibtd.,* p. 59.
189 La Decouverte, Paris, 1985.

pseudonime şi care, atunci când nu joacă roluri, se prezintă într-o lumină favorabilă, care nu are nici o legătură cu adevărata lor realitate.

Potrivit lui Lucien Sfez, caracteristica majoră a dezvoltării comunicării este confuzia care se instaurează între faptul real şi reprezentarea lui, îndeosebi mediatică, ca şi dezvoltarea unei patologii sociale specifice, denumită de el „tautism", o combinaţie între „tautologie" şi „autism", care îl închide pe om într-un labirint de reprezentări, din care nu se poate ieşi, care în final îl conduc tot la ele.[190]

> Fenomenul tautistic, scrie Sfez, poate fi descris astfel: nu se mai ia realul ca reprezentat. Realul nu mai este nici ceea ce s-a inventat sub acest nume care să-l exprime. în tautism, se ia realitatea reprezentată drept o realitate exprimată. Se ia reprezentatul drept reprezentant. Se iau realităţile de grad secund formate de emiţători sau realităţile de gradul trei formate de receptori drept o singură, una şi aceeaşi, realitate, de gradul întâi, care se confundă cu datele brute. Ca şi cum ar exista date brute, ca şi cum lanţul de intermediari, care a extras informaţia, a produs cadrul şi punerea ei în funcţiune, ar fi brusc suprimat. Ca şi cum receptorul însuşi nu ar fi altceva decât un burete absorbant, care primeşte semnalul electric

190 *Critique de la communication,* Seuil, Paris, 1992, p. 17: „Tautism: neologism format prin contragerea termenilor *tautologie* («repet, deci demonstrez», prezentă în toate mediile) şi *autism* (sistemul de comunicare mă face surdo-mut, izolat de ceilalţi, aproape autist), neologism care evocă o intenţie globalizantă. Cf. pp. 110-111.

transmis, aşa cum este el. Totalitarism al tautismului. Nebunie mută a negării realului. Vizare totali-

zantă şi spaţiu închis circular, descrise de Baudrillard[191] [...] Tautism, spunem noi: contracţia a doi termeni, autism şi tautologic. Autism, maladie a auto-închiderii în sine, în care individul nu simte nevoia să-şi comunice ideile sale altcuiva şi nici să se conformeze la ideile altora, neavând alte interese decât cele care ţin de satisfacţia organică sau ludică.[192] Faptul că omul „ia de acum realitatea reprezentată drept realitatea în mod direct exprimată" constituie, după Sfez, „confuzia primordială, sursă a oricărui delir".[193]

REALITATE VIRTUALĂ ŞI REALITATE AMPLIFICATĂ: DOUĂ NOI PRODUSE PE PIAŢA DROGULUI

Industria digitală produce de mai mulţi ani dispozitive sub formă de căşti[194] [195] care permit utilizatorului să plonjeze cu toate simţurile (al văzului, auzului, mirosului şi cel tactil) într-o realitate virtuală, fabricată digital, dar care apare ca reală (imagini în trei dimensiuni, sunet produs de mai multe surse, difuzare de mirosuri, impulsuri de mişcare trimise către trup,

191 Cf. *Simulacre! et simulation,* Galilee, Paris, 1981.

192 *Loc. cit.*

193 ^*Loc. cit.*

194 Cele mai cunoscute sunt Google Glass, Holo Lens de Ia Microsoft şi Oculus Rift de la Facebook.

195Oxford University Press, Oxford, 1994.

posibilitate de a interacţiona).

Ele nu doar îl rup complet pe utilizatorul lor de mediul înconjurător, încât nici nu-şi mai dă seama de existenta lui, dar îl şi cufundă într-un univers care fie este cu totul imaginar, fie „amplifică" realitatea prin elemente care nu-i aparţin, ci sunt integrate în ea sau îi sunt suprapuse. în studiul său *Ihe Metaphysics of VirtualReality*[1], Mi-

chael R. Heim identifică şapte caracteristici ale realităţii virtuale: simularea, interacţiunea, artificialitatea, imersiunea, teleprezenţa (prezenţa la distanţă), imersiunea întregului corp şi comunicarea în reţea.

Realizatorii lor evidenţiază de obicei avantajele pe care aceste procedee le oferă pe plan cultural şi educaţional. Dar este limpede că, deoarece derivă din jocurile video realiste, ele au aceeaşi funcţie ca acelea: evadarea din lumea reală şi uitarea nefericirilor, greutăţilor, lipsurilor şi altor inconveniente care ţin de ea, prin cufundarea într-o lume din care toate acestea lipsesc şi care, pe deasupra, îi şi împlineşte pe dată toate dorinţele. în acest sens, ele îi fac mai bine decât alcoolul şi drogul, care îi permit să evadeze din lume şi din sine însuşi, obnubilându-i conştiinţa, dar care nu-i oferă şi nici nu-i dau o aparentă soluţionare a problemelor cu care se confruntă ori a posibilităţii de a dobândi ce-i lipseşte (ca în cazul realităţii amplificate) sau de a-şi alege lumea imaginară în care să se refugieze (ca în cazul realităţii cu totul virtuale).

Fireşte, după cum nu-i vedem pe vânzătorii de alcool beţi şi nici pe traficanţii de narcotice drogaţi (realismul comercial obligă la o asemenea abstinenţă), producătorii de realitate virtuală se feresc să se angajeze într-o astfel de aventură. O fotografie de la deschiderea unui congres pe tema dispozitivelor mobile *{Mobile World Congress),* care s-a ţinut la Barcelona în 2016, a făcut recent

înconjurul lumii; în ea se vede Mark Zuckerberg, patronul firmei Facebook, îndreptându-se radios, fără să poarte căşti, spre scena unei săli pline de spectatori cu căşti pe cap, cu înfăţişare de cyborgi, privind drept înainte, la o realitate inexistentă, ignorându-se unii pe alţii şi, deo-

potrivă, pe regele lumii lor care trece printre ei savurân- du-şi puterea.[196]

O NOUĂ APLICARE A ALEGORIEI PEŞTERII

Nu poate să nu ne frapeze măsura în care, în lumea de azi – unde sunt oameni care trec unul pe lângă altul fără să se privească, dar care, de mici copii, fixaţi în faţa ecranelor, privesc ţintă, fascinaţi de obiectele artificiale care se mişcă pe ele şi de sunetele pe care le scot – devin realitate cele descrise în alegoria peşterii de Platon, cu patru veacuri înainte de era noastră, în dialogul dintre Socrate şi Glaucon:

> Socrate: – Asemuieşte firea noastră în privinţa educaţiei şi a lipsei de educaţie cu următoarea întâmplare: iată mai mulţi oameni aflaţi într-o încăpere subpământeană, ca într-o peşteră, al cărei drum de intrare dă spre lumină, drum lung faţă de lungimea întregului peşterii. în această încăpere ei se găsesc, încă din copilărie, cu picioarele şi grumazurile legate, astfel încât trebuie să stea locului şi să privească într-o singură direcţie, fără să-şi poată roti capetele din pricina legăturilor. Lumina vine de sus şi de departe, de la un foc aprins înapoia lor; iar între foc şi oamenii legaţi este un drum aşezat mai sus, de-a lungul căruia, iată, e zidit un mic perete, aşa cum este, să zicem, paravanul scamatorilor, pus

196 *La République,* VII, 514a-516c. [tr. rom. de Andrei Cornea, în: PLATON, *Opere,* V, *Republica,* Ed. Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti, 1986, pp. 312-313 -*n.trad.].*

dinaintea celor ce privesc, deasupra căruia îşi arată ei scamatoriile.

Glaucon: – Văd.

Socrate: – Mai încearcă să vezi şi că, de-a lungul acestui perete, nişte oameni poartă felurite obiecte care depăşesc în

înălţime zidul, mai poartă şi statui de oameni şi alte făpturi de piatră sau lemn, lucrate în chipul cel mai divers. Iar dintre cei care le poartă, unii scot sunete, alţii păstrează tăcerea.

Glaucon: – Ciudată imagine şi ciudaţi sunt oamenii legaţi!

Socrate: – Sunt asemănători nouă. Căci crezi că astfel de oameni au văzut, atât din ei înşişi, cât şi din ceilalţi, altceva decât umbrele care cad, aruncate de foc, pe zidul dinaintea lor?

Glaucon: – Cum ar putea vedea altceva dacă întreaga viaţă sunt siliţi să-şi ţină capetele nemişcate ?

Socrate: – Iar dacă ei ar fi în stare să stea de vorbă unii cu alţii, nu crezi că ar socoti că, numind aceste umbre pe care le văd, ei numesc realitatea?

Glaucon: – Necesar.

Socrate: – Şi ce-ar face dacă zidul de dinainte al închisorii ar avea ecou? Când vreunul dintre cei ce trec ar emite vreun sunet, crezi că ei ar socoti emisiunea sunetului fiind altceva în afara umbrei ce le trece pe dinainte ?

Glaucon: – Pe Zeus, nu cred!

Socrate: – În general deci, asemenea oameni nu ar putea lua drept adevăr decât umbrele lucrurilor.

Glaucon: – E cu totul obligatoriu.[1]

Platon demasca aici înstrăinarea de lumea sensibilă, pe care el o privea ca pe o umbră a lumii inteligibile. Or, lumea virtuală este o

înstrăinare încă şi mai mare, o înstrăinare la pătrat, de vreme ce ea nu ne oferă mai mult decât umbra unei umbre.

XI

PATOLOGII PSIHICE

„Chinuitu-m-am şi m-am gârbovit până la sfârşit, toată ziua mâhnindu-mă umblam”
{Psalmul 37, 6)

Pătrunzând în domeniul utilizării actuale a noilor media, pătrundem în parte în domeniul psihopatologiei, uşoare sau grave, cu puternice legături cu elemente nevrotice (obsesii, angoasă, comportament compulsiv, probleme relaţionale...) sau psihotice (viaţă într-o lume virtuală, paralelă cu cea reală, modificare a viziunii asupra celuilalt şi asupra lumii, narcisism, autism...).

COMPORTAMENTE OBSESIVE ŞI COMPULSIVE

Unul dintre comportamentele patologice cele mai vizibile este folosirea obsesivă şi compulsivă (adică în acelaşi timp frecventă, repetată, impulsivă şi ireprimabilă) a anumitor media, în special calculatorul şi telefonul inteligent – în general pentru a verifica mesajele primite sau

contul personal de pe reţelele de socializare, pentru a trimite mesaje sau mini-mesaje pe Twitter, pentru încărcarea contului de Facebook, pentru jocuri de pe diverse aplicaţii, pentru a căuta în permanenţă ceva pe Internet, ori de câte ori îţi vine o idee în minte, pentru a vorbi la telefon fără a avea ceva cu adevărat important de spus, pentru a face fotografii cu tot ce se vede, orice ar fi, oriunde, în orice împrejurare, pentru a face cumpărături *on line* fără a avea cu adevărat nevoie de ceva (noile media servesc în acest sens şi alte comportamente compulsive) sau pentru a schimba tot timpul canalele de televiziune, telecomanda fiind stră- moaşa claviaturilor de uz permanent, iar zapping-ul, prima formă de folosire compulsivă a acestora.

HIPERCONECTIVITATEA – MODALITATE DE A ALUNGA TEMERILE ŞI ANGOASA

Hiperconectivitatea (adică faptul de a fi conectat în permanenţă la unul sau mai multe media în aşa fel încât să fii permanent în contact), şi nu doar hiperconexiunea (faptul de a fi efectiv în contact în mod foarte frecvent prin intermediul acestor media), are ca funcţie esenţială alungarea sentimentului de angoasă legat de solitudine (sentimentul de a fi izolat).

Are şi rostul de a alunga frica şi angoasa[197]

197 Angoasa este o afecţiune difuză, al cărei motiv nu este conştientizat imediat; frica, din contra, are un obiect precis şi repetabil.

produse de faptul că te simţi pierdut sau ameninţat cu pierderea fizică a celor apropiaţi, într-o societate resimţită tot mai mult ca primejdioasă şi ameninţătoare[198]; de aici, dotarea copiilor de către părinţi cu un telefon de la vârsta când pot să meargă singuri undeva, pentru ca să-i poată suna sau ca să poată fi permanent sunaţi, sau cel puţin ca astfel să aibă sentimentul că legătura cu ei nu s-a rupt. Angoasa părinţilor ia forma unei veritabile paranoia când ei plasează un GPS activ pe telefonul inteligent al copilului, pentru a fi informaţi în mod continuu cu privire la locul în care sunt şi la deplasările lor.

Noile media servesc de asemenea la alungarea fricii şi a angoasei de a te pierde (în mod psihologic sau intelectual) într-o societate tot mai complexă, în care, după cum am văzut, noile media au devenit adesea mijloace indispensabile de reper sau de răspuns la anumite exigenţe sociale sau la anumite nevoi.

Internetül are acest rol, dar şi mai mult încă telefoanele mobile, care sunt în acelaşi timp vectori de Internet, de poştă electronică şi de mesaje SMS/MMS, ca şi de comunicare verbală interpersonală.

Reţelele de socializare au devenit şi ele pentru omul modern mijloace de a exista şi de a te pune în

198 Noile media, în particular televiziunea, au o mare parte de responsabilitate în acest sentiment, ele relatând (dramatizând adesea) cel mai mic accident sau cea mai mică agresiune din „satul planetar”, dând în acelaşi timp o falsă impresie de mulţime şi de vecinătate.

valoare în ochii celorlalţi; lipsa acestora induce teama ca nu cumva astfel fiinţa lui să ajungă neînsemnată şi nesocotită.

Psihiatrii Michel Hautefeille şi Dan Véléa evocă astfel angoasa care îi cuprinde pe dependenţii de noile tehnologii, în situaţia în care şi-au pierdut dispozitivul:

> Printre recentele adicţii faţă de noile tehnologii, adicţia pentru telefonul mobil, tabletă şi phabletă (aparat hibrid între smartphone şi tabletă) se manifestă de manieră explozivă, nu doar la tineri, ci şi la categoriile de vârstă mai avansate. Prin dezvoltarea noilor telefoane, acestea devin practic terminale de Internet. Aşa încât adicţia nu face decât să se agraveze şi se manifestă printr-un sentiment de panică care îi cuprinde pe utilizatori atunci când rămân fără telefon. Această frică se numeşte „nomofobie", termen provenit din expresia englezească *no mobile-phone phobia.* Printre trăsăturile de caracter ale acestor noi dependenţi regăsim în mod curent impulsivitatea şi intoleranţa la frustrare, dar şi o nevoie de afişare a statutului social. Absenţa obiectului (fie că a fost pierdut, uitat sau furat) este trăită ca o lezare a identităţii personale, însoţită de un sentiment de abandon, de singurătate şi de vulnerabilitate.[199]

O FALSĂ SOLUŢIE PENTRU NELINIŞTE ŞI NEVOIA DE SIGURANŢĂ

199 *Les addictions â Intemet. De lennui â la dependance,* ediţia a 2-a, Payot, Paris, 2014, p. 95.

Adolescenţii nu numai că rareori îşi opresc mobilul, dar îl şi ţin lângă corpul lor, pentru a-l simţi când vibrează, îl păstrează chiar şi noaptea lângă ei, îl verifică în mod aproape reflex ori de câte ori au un moment liber[200], nu doar la ieşirea din clasă, ci şi, pe furiş, în timpul lecţiilor. Mobilul pare să fi luat locul ursuleţului, pe care copiii îl strâng la piept, uitându-se des la el, ca la un tovarăş în care se încred şi pe care se pot bizui.

Chiar şi adulţii îşi ţin mobilul la piept, iar dacă nu, verifică dacă mai este încă în buzunar, în servietă sau în poşetă, se uită des la el, oriunde ar fi, ca să vadă dacă nu au primit mesaje noi, iar când nu este nimic, verifică iarăşi dacă telefonul lor mai este acolo şi dacă nu cumva s-a descărcat.

Mobilul devine sursă de noi nelinişti, dar posedarea lui provine ea însăşi din anumite anxietăţi şi din nevoia de a te simţi liniştit în privinţa lor.

Este important pentru părinţi să ştie, cu ajutorul mobilelor, unde se află copiii lor; dar se pare că este la fel de liniştitor pentru toţi posesorii de mobile faptul că pot fi contactaţi sau că pot să contacteze pe cineva, în orice clipă, de parcă altfel ar fi ca şi pierduţi în această lume largă, sau ar fi pândiţi de vreo primejdie, sau ca şi cum ar putea pierde oricând un eveniment de cea mai mare

200 Cf. C. MARTIN, *Representation des usages du telephoneportable chez les jeunes adolescents.* Al Zecelea Colocviu Bilateral Româno-Francez, CIFSIC, Universitatea din Bucureşti, 28 iunie-3 iulie 2003.

însemnătate.

Preocuparea de a fi în permanenţă în contact este legată în mod evident de frica de singurătate sau de nevoia de a scăpa de angoasa pe care o generează, într-o lume în care relaţiile umane sunt tot mai firave şi au devenit pentru unii de-a dreptul rare sau inexistente.

Dar nevoia permanentă de contact reflectă de asemenea o neputinţă pentru persoana umană de a se asuma pe sine, de a suporta nu doar acele moment de izolare, care ţin de existenţa personală[201], ci de a trăi momentele de solitudine necesare pentru forjarea persoanei sale, pentru stabilizarea vieţii psihice şi pentru dezvoltarea şi aprofundarea vieţii sale spirituale.

Atunci când părinţi posesivi la modul patologic vor nu numai să-şi localizeze copiii, ci şi să-i supravegheze îndeaproape cu ajutorul soft-urilor care leagă mobilele între ele, în felul acesta ei îi lipsesc cu totul de sentimentul de libertate de care copiii au nevoie câtuşi de puţin, îi fac să perceapă lumea ca pe univers ostil şi ameninţător, în care trebuie să păşeşti cu o teamă precaută, transmiţându-le de fapt propria lor angoasă; dar nu numai atât, aceşti părinţi îşi lipsesc copiii de deprinderea de a fi autonomi, nu-i ajută să facă

201 Persoana nu se caracterizează atât ca fiinţă în relaţie cu alte fiinţe – un aspect asupra căruia a insistat în mod excesiv personalismul modern cât ca fiinţă care se deosebeşte de celelalte fiinţe de acelaşi gen sau de aceeaşi natură prin caracteristici cu neputinţă de comunicat, care fac din ea o fiinţă absolut unică şi cu neputinţă de înlocuit printr-o altă fiinţă.

faţă necunoscutului sau neprevăzutului prin mobilizarea propriilor resurse, şi astfel îi menţin într-o stare de dependenţă care nu-i ajută să devină adulţi, să se maturizeze.

Prin nevoia sa de contact permanent, omul conectat, el însuşi „îşi leagă o sfoară de picior" şi-şi face din marea pânză a Netului o pânză de păianjen în care se înfăşoară şi se lasă singur prins.

UN MIJLOC DE A SCĂPA DE PLICTISEALĂ

Succesul noilor media, îndeosebi al Internetului şi al reţelelor de socializare (la care calculatoare şi telefoanele inteligente oferă acces), se datorează în mare parte capacităţii lor de a-l scăpa pe om de plictiseală.

Ele ajută la umplerea golului pe care-l simte omul modern, cu o viaţă lăuntrică sărăcită mult de lipsa de spiritualitate, cu o viaţă tot mai lipsită de relaţii cu ceilalţi, prin slăbirea legăturilor de vecinătate, conjugale, familiale, de prietenie sau sociale. Intr-adevăr, omul poate apela permanent la ele şi poate fi permanent apelat de ele. Clipele de aşteptare sau de inactivitate pot dispărea pe dată. Orice clipă de latenţă a spiritului poate fi evitată, pentru că ele oferă în mod continuu mijloacele de atragere a atenţiei şi de stimulare a vieţii psihice. Internetül şi telefonul mobil sunt mijloace de a petrece timpul pe care omul modern nu ştie cum să-l ocupe într-alt fel. Sunt forme de a

popula nenumăratele momente pustii din viaţa celor care nu studiază, nu lucrează, nu merg la spectacole sau expoziţii, nu practică nici un sport. Cu ajutorul lor se exorcizează angoasa iscată de o viaţă deşartă sau puţin împlinită.

Noile media sunt un mijloc de a-l scăpa pe om de plictiseală nu doar prin capacitatea lor de a-i oferi o modalitate de a-şi umple timpul, ci şi prin capacitatea de a-i oferi mereu ceva nou. Dar noutatea nu constă neapărat în informaţii noi, ci în lucruri pur şi simplu necunoscute, la care se poate ajunge după voie, oricând, trecând prin mulţimea de *link-urî* de la un site la altul.

Pentru plictiseală, noile media constituie regulatori psihici, prin care se evită, sau mai bine zis se ocolesc, depresiile printr-o necontenită goană spre înainte. Dar ele sunt de asemenea regulatori sociali, motiv pentru care sunt puternic încurajate de state şi instituţii. După cum notează Michel Hautefeuille şi Dan Véléa: „Plictisul este probabil cel mai serios duşman al păcii sociale [...] Plictisul, la nivel social, acumulează energia, resentimentele şi disperarea care nu se pot elibera decât în mod violent, dacă nu ar exista sisteme de amortizare socială eficace.”[1] Or, noile media constituie în multe privinţe astfel de amortizoare:

- tehnologiile lor, în permanent progres, introduc în mod constant elemente de înnoire capabile să alunge plictiseala resimţită de omul modern în raport cu o lume stabilă sau repetitivă;

- într-o lume tot mai constrângătoare, ele îi dau omului iluzia unei stăpâniri a ei şi a unei libertăţi individuale (internautul are senzaţia accesului nelimitat la toate informaţiile şi sentimentul că se poate exprima pretutindeni, tot aşa cum posesorul unui smartphone are impresia că depăşeşte toate limitele ce ţin de spaţiul în care trăieşte);
- oferă – mai ales prin jocuri, imagini, fişiere video şi filme – o drenate cel puţin parţială a diverselor pulsiuni,

' A se vedea *op. cit.,* pp. 156-163.

pasiuni sau fantasme, micşorând astfel riscul de decompensate psihică sau de exprimare socială nedorită;

- aduc la domiciliu o mulţime de moduri de petrecere agreabilă a timpului, care îl fac pe om să uite de lumea reală, cu greutăţile ei, prin divertisment şi distracţie, în sensul pascalian al termenului, adică să-şi abată conştiinţa de la propria sărăcie şi nimicnicie existenţiale şi de la angoasa iscată de ele.

O VIZIUNE DEFORMATĂ ASUPRA LUMII

După cum am notat deja, una dintre problemele ridicate de noile media este aceea că ele că îi fac pe utilizatorii lor să trăiască într-o lume virtuală, paralelă cu lumea reală, în mod proporţional cu durata de utilizare şi concentrarea pe care aproape întotdeauna o implică. Această lume

virtuală poate fi în întregime imaginară (ca în filmele de ficţiune de la televizor sau în jocurile video) sau doar în parte. Nu este întotdeauna o lume pe de-a întregul ireală, dar mereu realitatea ei este diminuată (de exemplu, ca urmare a absenţei fizice a interlocutorilor, pe Internet sau la telefon), adesea deformată (cum poate fi o imagine în raport cu obiectul al cărei reprezentare este), adesea, de asemenea, falsificată (din cauza manipulării la care se pretează toate aceste noi media).

Din această cauză, în reprezentarea lumii dobândită de om prin noile media, există dimensiunea psihotică, psihozele fiind acea categorie de boli mintale caracterizate prin delir, care este o reprezentare deformată a realităţii prin- tr-o interpretare în care există şi o doză de imaginar.

în cazuri extreme (însă nu rare, întâlnite mai ales la marii consumatori de filme, seriale şi jocuri video), graniţa dintre imaginar şi real se înceţoşează într-atât încât imaginarul este privit şi trăit ca real, iar realitatea este abordată cu comportamente inspirate din imaginar, ca şi cum ea ar fi o continuare a acestuia. Lucrul acesta se manifestă în anumite cazuri prin trecerea la fapte (de exemplu, în domeniul violenţei sau al sexului), care constituie materializarea la modul real a unor fantasme.

În cazuri mai benigne, lumea este percepută potrivit standardelor oferite de filme sau de

seriale, care, pentru a stârni interesul celor ce le urmăresc, favorizează comportamente marginale, deviante sau extreme, şi în aceleaşi timp le banalizează şi le fac să pară drept normale, şi în consecinţă drept normative.

Lucrul acesta contribuie puternic la viziunea despre lume şi la etica telespectatorilor sau internauţilor, şi determină comportamentul lor în viaţa reală.

Pe un plan de asemenea mai benign, dar totuşi semnificativ, diminuarea calităţii relaţiilor interpersonale prin noile mijloace de comunicaţie are o influenţă asupra psihologiei utilizatorilor prin felul în care se intră în legătură cu celălalt şi în care se gestionează psihologic această relaţie, care a devenit în acelaşi timp mai abstractă şi mai săracă, după cum am arătat deja.

REPREZENTAREA ŞI IMAGINEA DESPRE SINE, MAI IMPORTANTE DECÂT REALITATEA PERSOANEI ÎN SINE

Internetül şi reţelele de socializare au modificat de asemenea în mod considerabil raportul pe care oamenii îl au cu propria lor persoană.

Filosofía existenţialistă – Sartre mai ales – şi filosofía personalistă care ţine de ea au subliniat cu putere rolul determinant pe care îl are pentru individ în conştiinţa existenţei, identităţii şi valorii sale, faptul că este „fiinţă-pen- tru-altul" (adică faptul de a fi văzut de un altul drept ceea ce este).

Internetül şi reţelele de socializare au oferit oricărei persoane noi şi vaste mijloace de reprezentare socială de sine, şi de asemenea, prin diverse artificii tehnice, de regizare a reprezentării de sine, care în general înseamnă punere în valoare şi hiperbolizare a sinelui.

În societăţile tradiţionale, persoana ca atare era puţin pusă în valoare pe plan social, fie că era efasată de comunitatea sau colectivitatea în care trăia, care avea întâietate, fie că diverse valori etice speciale (ca modestia sau smerenia în creştinism) o îndemnau să se efaseze ea însăşi. Persoanele preţuite au fost, veacuri întregi, eroi sau creatori ale căror acţiuni sau creaţii aveau un impact real asupra păstrării sau dezvoltării societăţii, în diverse domenii. Renaşterea şi veacurile care au urmat au preţuit şi au acordat valoare individualităţii artistului, din raţiuni care ţineau nu doar de creativitatea, ci şi de originalitatea sa. Mijloacele de informare în masă de tip clasic ale veacului al XX-lea au acordat o mai mare importanţă celor care participau la viaţa politică şi la progresul social.

Dar în toate cazurile preţuirea socială era

legată de un aport social obiectiv şi de recunoaşterea acestuia de întreaga societate; preţuirea socială ţine în ultimă instanţă de colectivitate, nu de individul însuşi.

Noile media permit acum oricui nu doar să se fotografieze, să se filmeze sau să se înregistreze singur, ci, cu aju-

torul diverselor soft-uri, să-şi creeze diverse reprezentări de sine şi să le posteze pe reţele de socializare (cum este Facebook) sau pe Internet, în platformele prevăzute pentru difuzarea acestora (cum este YouTube pentru secvenţele video).

Ca să te deosebeşti de alţii, toate comportamentele sunt bune, îndeosebi cele cât se poate de marginale, de excentrice, de extreme şi de periculoase. Erou al zilei ajunge cel care a făcut cea mai mare pizza din lume, cel care merge cu 200 de kilometri pe oră pe străzile oraşului, cel care goleşte una după alta cele mai multe sticle de alcool tare.

Cuvintele provocatoare sau micile fraze acide de pe bloguri, Facebook sau Twitter sunt de asemenea, chiar în mediul politic, mijloace de „a face valuri", adică de a face gălăgie, numai şi numai ca să se vorbească despre tine.

A face să se vorbească despre tine în media a devenit principala formă de a exista, pentru că noile media îi permit insului să intervină el însusi, cu uşurinţă, în mod repetat, chiar nelimitat, pentru a fi mereu prezent şi niciodată uitat.

Noile media (în special televiziunea, Internetül şi reţelele de socializare) au creat o lume paralelă cu lumea reală, lumea virtuală, în care a vorbi sau a face să se vorbească despre ce-ai făcut sau ce vei face a devenit mai important decât a face pur şi simplu un lucru anume, unde imaginea de sine este mai importantă decât identitatea de sine. Nu contează ce suntem cu adevărat, contează ce

suntem în ochii celorlalţi, nu şinele, ci aparenţa sinelui.

Construcţia mediatică de sine este un artificiu şi o iluzie, pe care, mai curând sau mai târziu, realitatea – care are întotdeauna ultimul cuvânt – într-un sfârşit se va răzbuna, înlocuind mulţumirea de sine iniţială cu nemulţumirea, insatisfacţia, tristeţea şi chiar depresia.

RELAŢIA, MAI IMPORTANTĂ DECÂT IDENTITATEA PERSOANEI

Identitatea persoanei şi conştiinţa de sine sunt de asemenea primejduite de caracterul hipercomunicaţional al noilor media. în comunicarea necontenită şi în toate direcţiile, *homo connecticus* nu mai trăieşte decât în şi pentru relaţie, care sfârşeşte prin a deveni mai importantă pentru el decât identitatea sa de persoană.

Este adevărat că persoana umană are nevoie de relaţie pentru a exista (relaţiile fondatoare ale fiinţei sale fiind relaţia cu Dumnezeu şi relaţia cu părinţii), apoi pentru a se dezvolta (relaţii cu educatorii), apoi pentru a se împlini (relaţia cu prietenii, relaţiile conjugale şi familiale), dar identitatea sa nu se defineşte numai prin relaţie şi nu se reduce la ea, şi dacă se depăşeşte un anumit grad, relaţiile pot să-i vatăme identitatea până la o distruge.

Lumea hiperrelaţională a noilor media este într-o anumită măsură periculoasă pentru

personalitate, care, silită să fie cu un altul, nu mai poate fi cu ea însăşi. Pentru a se construi şi dezvolta, persoana are tot atâta nevoie de singurătate pe cât are nevoie de relaţie, dacă nu cumva chiar mai mult, dacă judecăm după spiritualitatea isihastă dezvoltată de Răsăritul creştin ca o cale supremă de împlinire de sine, *hesychia* însemnând deopotrivă linişte, retragere din lume şi singurătate.

Psihiatrii cunosc numeroase cazuri de decompensate psihică, care se manifestă în mod particular printr-un sindrom depresiv, rezultând dintr-o uitare de sine la persoanele care s-au dedicat cu totul activităţilor sociale. Ei cunosc de asemenea importanţa pe care o are singurătatea pentru construirea de sine prin confruntarea cu noi înşine, ceea ce Pascal a subliniat spunând: „Toată nefericirea oamenilor vine dintr-un singur lucru, acela că nu ştiu să rămână singuri într-o odaie.”[202]

EFECTELE NOCIVE ALE TRANSPARENŢEI

Un alt fenomen legat de dezvoltarea noilor media care pune în pericol identitatea persoanei este transparenţa ce rezultă din folosirea lor.

Această transparenţă nu este o transparenţă care le permite celorlalţi să vadă persoana aşa cum este, sub adevăratul ei chip, pentru că, pe de o parte, ea însăşi se înfăţişează adesea sub măşti

202 *Pensees,* ed. Brunschvicg, nr. 139 [tr. rom. cit., p. 78 – *n. trad.].*

sau deghizări create cu ajutorul artificiilor furnizate de aceste media, iar, pe de altă parte, ea nu se arată niciodată în întregimea şi în realitatea sa, pentru că mediile mediatizează exprimarea de sine a persoanei prezentând doar un singur aspect şi o singură imagine, şi producând o realitate virtuală sau digitală în ceea ce priveşte sunetul, imaginea sau exprimarea scrisă.

Nu doar indivizii caută această expunere de sine şi această transparenţă, ci media este cea care le încurajează – în special televiziunea, pentru că ele măresc audienţa, mulţumită unui public deopotrivă voyeurist şi doritor să se pună în locul celor care, prin expunerea lipsită de orice pudoare a vieţii lor private în emisiuni de genul *reality show,* au parte de succes fără nici o calitate sau merit personal, fără nici o osteneală. Realitatea persoanelor expu-

se mediatic este încă şi mai mult diminuată şi deformată J s
de faptul că prezentarea lor se face potrivit unui scenariu prealabil şi este aşadar supusă unor manipulări majore, *a priori* şi *aposteriori.*

Chiar şi aşa, redusă şi modificată prin artificii mediatice, diminuată şi falsificată, expunerea mediatică a persoanei, fie că nu e dorită, fie că e liber consimţită, constituie totuşi un factor de transparenţă şi de exteriorizare care îi desfiinţează interioritatea şi-i lezează ca atare însăşi identitatea personală.

Faptul că, prin conversaţiile pe mobil purtate în locuri publice sau prin blogurile accesibile tuturor, sau prin albumele foto care pot fi văzute oriunde şi de oricine, tot ce priveşte viaţa privată ajunge să fie cunoscut de toţi inter- nauţii, suprimă, după cum am văzut, graniţa firească dintre viaţa publică şi cea privată şi, în cele din urmă, se arată a fi dăunătoare pentru persoana umană, al cărei echilibru interior impune nu doar o mare parte de intimitate, dar şi o parte de taină. Chiar şi în relaţiile dintre fiinţe foarte apropiate, strâns unite, trebuie păstrată o parte de taină, care face parte de altfel din constituţia persoanei şi o arată ca unică, fără de asemănare, cu neputinţă de cunoscut până în misterioasele sale străfunduri.

Transparenţa suscitată sau impusă de noile media, dar uneori de asemenea voită (ajungându-se la situaţii extreme, în care persoanele se filmează permanent, în timpul celor mai intime activităţi ale lor, pentru a le difuza în direct pe Internet), constituie din punct de vedere psihologic şi spiritual o nimicire a persoanei.

EXTERIORIZAREA PERSOANEI PRIN COMUNICARE ŞI SĂRĂCIREA VIEŢII LĂUNTRICE

Utilizatorii noilor media îşi pierd aptitudinea de a fi întemeietorii vieţii lor lăuntrice şi diriguitorii ei. Sunt la cheremul solicitărilor din afară, se lasă călăuziţi de ele, şi acestea ajung să le organizeze viaţa şi să stabilească planul, de-acum aleatoriu, al

activităţilor lor.

Nu mai e timp pentru momente de singurătate, care clădesc şi dau statornicie vieţii psihice şi spirituale, nici pentru momente de tăcere, fără de care sunt cu neputinţă reflecţia profundă şi contemplarea folositoare pentru viaţa spiritului. Fluxul vieţii lăuntrice este necontenit întrerupt de apeluri telefonice, cu melodiile lor, de mailuri sau de mesajele sonore de pe Twitter. Obişnuinţa de a reacţiona şi a răspunde pe dată fărâmiţează încă şi mai mult viaţa lăuntrică şi transformă viaţa psihică într-o suită de secvenţe dezarticulate.

Atunci când nu există solicitări externe, persoana le solicită ea însăşi, trimiţând SMS-uri, mesaje pe Twitter sau mailuri, la care se vor obţine răspunsuri, graţie cărora se va reinstala circuitul de schimburi.

Homo connecticus nu mai este în stare să-şi asume timpii morţi, momentele de tăcere şi de întrerupere a activităţii care ţine de lume, pentru a se dedica meditaţiei sau rugăciunii. Nevoia de a umple momentele de vid devine o obsesie care maschează faptul că în realitate tocmai această activitate de conectare este cea care generează vid.

Omul conectat nu mai are puterea de a exista prin sine însuşi şi prin relaţia cu Dumnezeu; el nu există decât în mod social; el a dobândit impresia că existenţa sa nu are valoare decât în centrul spaţiului public. Exist, îşi spune el, pentru că pot fi contactat şi pot contacta pe oricine, în orice

secundă; exist, pentru că pot fi văzut, auzit, reperat în orice moment; exist, pentru că le sunt prezent celorlalţi prin mesajele şi fotografiile pe care le trimit; exist, pentru că mă arăt şi mă descopăr celorlalţi şi în faţa celorlalţi.

Faptul că se vorbeşte la telefon fără nici o reţinere, fără schimbarea tonului, în locuri publice, în auzul tuturor, sau că oamenii îşi expun pe forumuri sau bloguri deschise discuţiilor viaţa lor cea mai intimă semnifică nu doar o pierdere a simţului firesc al pudorii, ci şi o totală exteriorizare a vieţii lăuntrice, o manifestare publică şi o expunere a vieţii personale şi intime. Graniţa dintre viaţa privată şi cea publică se subţiază până la dispariţie în această formă de depersonalizare.

Ceea ce poate părea la prima vedere un mijloc de eliberare de griji, nelinişti, angoase şi o formă de terapie, se arată curând a fi sursă de noi angoase. Cel care se expune astfel nu numai că se goleşte şi se sărăceşte pe sine, dar se şi expune privirii nu întotdeauna binevoitoare a celorlalţi, primeşte de bunăvoie să fie judecat, ironizat, batjocorit, respins...

Felul în care se experiază lumea este de asemenea sărăcit. Vorbăria necontenită la telefon, pe forumuri sau bloguri transformă viaţa însăşi într-o simplă comentare a vieţii şi dedublează existenţa reală printr-o existenţă virtuală. În acest sens, foarte caracteristică este nevoia de a se fotografia pe sine şi pe cei apropiaţi, sau cele din jur, necontenit, ca şi cum existenţa fotografică şi

digitală ar avea mai multă realitate şi valoare decât existenţa reală. Philippe Breton, în cartea *sa.L'Utopie de la communication,* notează:

> *Homo connecticus* este o fiinţă fără interioritate şi iară corp, care trăieşte într-o societate fără secrete, o fiinţă în întregime întoarsă către social, care nu există decât prin intermediul informaţiei şi al schimbului, într-o societate care a devenit transparentă datorită noilor „maşini de comunicare". Aceste însuşiri ale acestui om al comunicării, care alimentează idealul omului modern, se arată ca tot atâtea alternative ale degradării umanului, produsă de tumultuosul secol XX.[203]

AMPLIFICAREA EMOŢIILOR ŞI DIMINUAREA SENTIMENTULUI DE AFECŢIUNE

Mulţi analişti au observat că noile media au amplificat emoţiile celor care le utilizează, dar în schimb le-au diminuat sentimentul de afecţiune, în special capacitatea de empatie şi compasiune.

Totuşi trebuie stabilite anumite distincţii.

Este limpede că televiziunea mizează în mare parte pe emoţiile telespectatorilor. Chiar la ştiri, care s-ar cuveni să fie aspectul cel mai obiectiv al emisiunilor televizate şi să manifeste detaşare faţă de evenimentele prezentate, se aleg cele care pot produce emoţie, care sunt apoi exploatate la extrem, pe bază de imagini sau secvenţe-şoc, care sunt cele mai potrivite să suscite emoţii. Impactul este atât de mare, încât politicienii din ziua de azi

203 *Op. cit.,* pp. 12, 50.

îşi modifică adesea deciziile în funcţie de emoţia provocată de media în rândul populaţiei; absenţa de distanţare critică a acestor politicieni are efecte catastrofale atunci când, cum deseori se întâmplă, ulterior se descoperă că imaginile au fost de fapt manipulate, montate, trunchiate, chiar fabricate.

Internetül trebuie şi el pus în aceeaşi categorie, cu atât mai mult cu cât mulţimea de site-uri pe care se exprimă indivizi iresponsabili favorizează răspândirea de zvonuri, de false ştiri, de poze sau de fişiere video trucate sau scoase din context.

Dar, dintr-un alt punct de vedere, se poate observa că media care servesc comunicarea generează o puternică degradare afectivă, prin caracterul lor abstract, printr-o prezenţă şi o realitate diminuate a celor care comunică între ei (reduşi la o imagine, la un glas sau la ceea ce scriu). Am menţionat deja dezumanizarea mesajelor (SMS-uri, mailuri, mesaje de pe Twiter...), din care dispar, din raţiuni de rapiditate şi scurtime, formulele de politeţe introductive şi de încheiere care, în pofida caracterului lor formal, transmit manifestări de respect, de prietenie, chiar de afecţiune, şi în orice caz de legătură de natură comunitară şi socială.

Nicholas Carr atribuie noilor media (în mod particular Internetului) – prin viteza pe care o implică modul lor de funcţionare şi implicit prin viteza impusă utilizatorilor, dar şi prin starea de

neatenţie aproape endemică pe care o generează – o diminuare a emoţiilor faţă de cel de lângă noi, în mod particular a formelor subtile şi profunde, de empatie şi compasiune.[204] O confirmare ştiinţifică a acestui fapt aflăm într-un studiu realizat de un grup de cercetători de la Universitatea din Carolina de Sud, cu- noscuţi pentru lucrările lor pe tema emoţiilor, care au arătat că omul este capabil, pornind de la propria experie- re a durerii fizice, să manifeste pe dată o emoţie faţă de un alt om, care are parte şi el de o durere de acest fel, dar se arată incapabil de compasiune faţă de suferinţele psihologice ale celui de lângă el, atunci când e prins într-o activitate rapidă, deoarece acest tip de sentiment are nevoie de un anume timp pentru a se forma.[205] Potrivit unuia dintre aceşti cercetători, aşadar însăsi moralitatea omu- lui este compromisă prin cele mai multe dintre activităţile neomediatice.[206]

NOILE MEDIA, FACTORI DE REGRESIE

Noile media se arată în mod extins drept factori de re- gresie, în sensul pe care-l dă acestui termen

204 *Internet rend-il bete?,* Róbert Laffont, Paris, 2010, pp. 301-303.

205 M.H. IMMORDINO-YANG, A. MCCOLL, H. DAMASIO, A. DAMA- SIO, «Neural Correlates of Admiration and Compassion», *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America,* 106, 2009, pp. 8021-8026, în special p. 8024.

206 A se vedea extrasele dintr-un interviu de M.H. IMMORDINO-YANG, în «Rapid-fire Media May Confuse Your Moral Compass, Study Suggest» *ScienceDaily,* 14 aprilie 2009.

psihanaliza freudiană.

Potrivit lui Freud, psihologia copilului se dezvoltă urmând un anumit număr de etape. în fiecare etapă, copilul simte o anumită plăcere, la care trebuie până la urmă să renunţe pentru a trece la etapa superioară. Dificultăţile de adaptare întâmpinate în stadiul superior îl pot face însă să regreseze la stadiul inferior, pentru a regăsi acolo plăcerile proprii acelui stadiu. Această regresie va constitui pentru el un punct de fixaţie, la care, ca adult, s-ar putea să se întoarcă pentru a regăsi un anume confort psihologic atunci când se va confrunta cu dificultăţi care-i provoacă frustrări insuportabile sau cu neputinţă de depăşit. Pentru psihanaliza freudiană, tabagismul, alcoolismul, drogurile sau bulimia se explică printr-un astfel fenomen de regresie.

Pentru mulţi dintre contemporanii noştri, diversele forme de dependenţă de noile media constituie fenomene de regresie, în care individul, în plăcerile solitare pe care i le oferă ele, caută să uite, să ocolească sau să fugă de diverse dificultăţi şi să compenseze multiplele frustrări produse de lumea modernă, îndeosebi cele care ţin de domeniul serviciului (şomaj, slujbe nesigure, stress...) şi al vieţii relaţionale (singurătate, fragilitatea legăturii conjugale sau amicale, dificultăţi în relaţiile de familie...).

La un nivel mai benign, dar nu mai puţin semnificativ, am semnalat deja fenomenul

regresiei produs de nevoia de a simţi în fiecare moment prezenţa mobilului, în buzunar sau undeva la îndemână, perceput ca un obiect prietenos şi liniştitor, cum era ursuleţul din copilărie, în stare să alunge angoasa provocată de o lume resimţită ca ameninţătoare sau claustrantă.

UN TEREN PROPICE PENTRU NARCISISM

Internetül şi Facebook au devenit terenuri deosebit de prielnice pentru manifestarea şi dezvoltarea narcisismului, datorită camerelor de luat vederi integrate în calculator sau smartphone, mijloace facile de a te filma sau a te fotografia necontenit, şi a difuza imediat imaginile înregistrate.

Fotografiile propriei persoane *(selfies)* şi difuzarea lor au devenit un adevărat fenomen de societate.

Până nu de mult, ne fotografiam împreună cu alţii, iar poza era mai puţin importantă pentru prezenţa în ea a propriei persoane, cât pentru păstrarea amintirii unei întâlniri sau a unei comunităţi. Dacă eram singuri, rugam pe cineva să ne fotografieze având drept fundal un peisaj

din natură, nedorind nici atunci altceva decât să păstrăm amintirea unei călătorii, a unei vizite, a unui peisaj care ni s-a părut frumos. Fotografia făcută cu un aparat foto clasic impunea un recul şi trebuia să fie făcută de o altă persoană. Şi din acest punct de vedere ea stabilea o relaţie.

Dimpotrivă, un *selfie* este adesea fotografia unei persoane singure, pe care şi-o face ea singură, în gros-plan, care face din individ un centru absolut în importanţa pe care o are nu pentru alţii, ci prin sine însuşi. Aparatul foto sau camera de filmat devine în felul acesta un soi de oglindă prin care omul îşi trimite mai întâi lui însuşi propria imagine, şi apoi, difuzând-o, caută recunoaşterea ei de către ceilalţi, dar printr-o mişcare care nu este în fond altceva decât pură iubire de sine. Ne aflăm aşadar într-adevăr aici în plin narcisism, care constituie de asemenea o formă de regresie conform psihanalizei freudiene, fiindcă narcisismul este o atitudine de copil mic (aflat în aşa-zisul „stadiu al oglinzii", pe care psihologul Henri Wallon îl situează în jurul vârstei de 9 luni), care trebuie depăşită prin învăţarea treptat-trep- tat a relaţiei cu celălalt şi a iubirii celuilalt.

Narcisismul dezvoltat de noile media se manifestă de asemenea în diferitele forme de expunere a propriei persoane, fie pe site-uri personale, fie pe conturile de Facebook, menite în principiu să promoveze relaţiile, dar care în realitate servesc cel mai adesea la punerea în valoare a propriei persoane. De aceea, *homo connecticus* îşi înfrumuseţează în toate privinţele imaginea pe care o oferă despre sine însuşi şi ajunge să construiască în felul acesta o făptură virtuală care nu doar în ochii celorlalţi, ci în propriii săi ochi, se suprapune peste fiinţa sa reală

şi adeseori îi ia locul. Noile media întăresc adevărul acestei cugetări a lui Pascal:

Nu ne mulţumim cu viaţa pe care o avem în noi şi în propria noastră fiinţă; vrem să creăm pentru ceilalţi iluzia unei vieţi imaginare, şi în acest scop ne străduim să părem altfel decât suntem. Trudim neîncetat la înfrumuseţarea şi conservarea fiinţei noastre imaginare şi o neglijăm pe cea reală.[207]

Reţelele de socializare permit întoarcerea spre ceilalţi, dar aceasta nu înseamnă că sunt altruiste. Fiecare vrea să ştie totul despre ceilalţi numai pentru că ceilalţi ştiu totul despre el. Voyeurismul se pune în slujba narcisismului.

La fel ca fenomenele de regresiune, din care face parte, narcisismul este un refugiu în faţa unui mediu înconjurător agresiv sau dur, greu de înfruntat. În celebrul său eseu *La Culture du narcisissme,* Christopher Lasch scria:

> Narcisismul pare să fie cel mai bun mod de a suporta tensiunile şi anxietăţile din viaţa modernă. Condiţiile sociale care predomină tind aşadar să conducă la izbucnirea trăsăturilor narcisiste prezente, în diverse grade, în fiecare dintre noi.[208]

HIPERCOMUNICARE, HIPERSOLICITARE, HIPERACTIVITATE: HIPEROBOSEALĂ, *BURN-OUT ŞÎ* DEPRESIE

207 *Pensées,* éd. Brusnschvicg, nr. 147 [tr. rom. cit., p. 83 – *n. trad.].*

208 ''■*La Culture du narcissisme,* Flammarion, Paris, 1979, p. 83.

Posibilităţile de comunicare permanentă, rapidă şi necostisitoare oferite de noile media, alături de unele nevoi semnalate anterior (nevoia de a scăpa de plictiseală şi singurătate, de a exista mediatic ş.a.m.d.) şi de unele necesităţi sociale sau economice (profesionale sau de alt fel), au generat o lume a hipercomunicării, a hipersolicitării şi a hiperactivităţii mediatice. S-a creat astfel la utilizatorii noilor media o oboseală nervoasă, pe lângă oboseala care tine de activităţile obişnuite, cauzată de:

- anumite particularităţi legate de noile media: hiper- solicitarea văzului prin atenţia îndreptată asupra ecranului şi prin defilarea necontenită a imaginilor; hipersoli- citarea mişcărilor fine ale mâinii; discontinuitatea şi de- structurarea facultăţilor psihice şi intelectuale provocate de fluxul continuu şi de variaţia continuă a continuturilor, ca şi, pe Internei, prin solicitările lansate de Zzw^-uri;
- solicitarea externă permanentă suscitată de apelurile telefonice (pe care telefoanele mobile le-au multiplicat), prin alarmele de la mesagerie sau de la reţeaua de socializare, ca şi de tentaţia, permanentă şi ea, de a consulta mesageria, contul de Facebook sau de a urma *link*-*|în|e* din paginile de Net;
- efectuarea mai multor activităţi *(multitasking)* pe care o implică prezenţa simultană a mai multor media şi solicitările lor, de asemenea simultane, care se traduce prin „costuri

de comutare" importante, suportate de sistemul nervos; într-adevăr, după cum observă Maggie Jack- son, „creierului îi trebuie timp pentru a-şi schimba obiectivul, trebuie să-şi amintească regulile care corespund noii activităţi, trebuie să blocheze orice ingerinţă cognitivă din partea activităţii anterioare, care este încă foarte prezentă"[209]; dar până şi simpla navigare pe Internet pune aceeaşi problemă: după cum remarcă Nicolas Carr, „pe Net, unde jonglăm în mod obişnuit nu doar cu două acti- vităti mintale, ci cu mai multe, costurile de comutare sunt cu atât mai ridicate".[210]

Oboseala acumulată în cursul zilei, dar mai ales cea produsă în timpul serii, mai intensă, induce tulburări de somn, care nu numai că împiedică disiparea ei, dar o şi accentuează. Se constată că tulburările de somn s-au dezvoltat considerabil în rândul populaţiei, în cursul ultimelor decenii, şi există multiple tratamente prin care se încearcă remedierea lor, fără prea mare succes, deoarece cauza tulburărilor – adică destructurarea şi oboseala psihică generate de folosirea acestor noi media – continuă să subziste şi de multe ori nici nu este identificată. Adeseori e de ajuns să se întrerupă folosirea lor câteva zile, pentru ca somnul să revină la normal.

Oboseala nervoasă acumulată produce

209 *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age,* Pro- metheus Books, Amherst, NY, 2008, p. 79.

210 *Internet rend-il bétel,* Robert Laffont, Paris, 2010, p. 191.

decompensări care pot merge până la depresie[211], dar care iau cel mai adesea forma a ceea ce se numeşte *burn-out.* Această afecţiune, pe cale de a fi recunoscută ca maladie profesională, este cu siguranţă pe de o parte rezultatul unei hiperactivităţi profesionale, al presiunii la care companiile îşi supun sala- riaţii în vederea creşterii productivităţii şi a rentabilităţii; însă în şi mai mare parte ea este urmarea unei oboseli su- plimentare, acumulate, care afectează sistemul nervos, indusă de folosirea noilor media în cadrul serviciului, dar şi în afara limitelor normale ale acestuia.

După cum am semnalat într-un capitol anterior, noile media (în special telefonul mobil şi poşta electronică) au desfiinţat pentru mul ţi salariaţi graniţa care exista altădată între timpul dedicat muncii şi timpul liber, sau între spaţiul profesional şi social, şi spaţiul familial şi privat. Anga- jaţii pot fi contactaţi în permanenţă şi sunt în mod efectiv solicitaţi pentru diverse sarcini complementare acasă la ei sau chiar în concediu, în timpul care se numea altădată „liber", dar care a încetat să mai fie într-adevăr liber.

La oboseala cauzată de această folosire a noilor media în cadrul strict sau extins al serviciului şi care este în ambele cazuri impusă, se adaugă cea produsă de folosirea noilor media în timpului liber,

211 Printre mărturiile recente referitor la depresiile provocate de folosirea intensă a noilor media, a se vedea G. BIRENBAUM, *VOUS m'avez manque. Histoire d'une dépression française,* Les Arènes, Paris, 2015.

în cadrul formelor de divertisment (televiziune, jocuri video, Internet, comunicare pe reţele de socializare...), care are adesea o mare pondere, mai ales atunci când ţine de o dependenţă sau o adicţie, ajun- gându-se la sacrificarea (îndeosebi noaptea) unei părţi din timpul care ar trebui consacrat odihnei şi somnului.

FENOMENELE DE DEPENDENŢĂ

Printre tulburările psihice grave produse de noile media figurează fenomenele de adicţie, adică de dependenţă.

În cazurile care pot fi calificate drept extreme, dar totuşi frecvente, noile media constituie un adevărat drog: utilizarea lor devine în zilele noastre, pentru numeroase persoane, o nevoie irepresibilă, la fel ca drogurile clasice, iar aceste persoane devin dependente într-un mod analog.

Se ştie că, pentru cei care le folosesc, drogurile constituie în aproape totalitatea cazurilor mijloace facile (pentru că au o acţiune fizică imediată asupra creierului şi a diverselor facultăţi psihice) de evadare din viaţa din afara lor şi din viaţa lăuntrică percepută ca dificilă, fie prin anestezie- rea conştiinţei, fie prin cufundarea într-o lume imaginară.

Numeroşi psihiatri şi psihanalişti au constatat că în acelaşi scop „ecranele sunt astăzi larg utilizate, în încercarea de a uita de greutăţile şi

suferinţele vieţii de zi cu zi”.[212]

Această finalitate a folosirii noilor media este deja o problemă care îi priveşte pe copii, după cum se arată în- tr-un studiu american:

> Abordările psihologice sugerează ideea că oamenii practică o „folosire excesivă” a Internetului pentru a compensa dificultăţi sociale sau psihologice, ca şi deficitul de stare de bine personală din viaţa cotidiană *offline.* Diverse studii au legat căutarea de senzaţii (o tendinţă spre căutarea excitaţiei şi a plăcerii simţuale), singurătatea şi problemele emoţionale (ca depresia şi puţina încredere de sine) de „folosirea excesivă” a Internetului (Mehroof şi Griffiths, 2010). Conform acestei teorii, copiii vulnerabili psihic pot fi cel mai uşor supuşi riscului de „folosire excesivă” a Internetului, pentru că ei încearcă să compenseze o problemă din viaţa lor *offline.* O rezervă importantă în acest caz este faptul că nu există un consens care să ne permită să spunem dacă aceste caracteristici psihologice sunt rezultatul sau o cauză a „folosirii excesive” a Internetului. Dar ne putem aştepta ca atunci când un copil resimte deja dificultăţi sociale sau psihologice, lucrul acesta sporeşte riscul ca acest copil să fie implicat în această „folosire excesivă” a

212 S. TISSERON, 3-6-9-12. *Apprivoiser les écrans et grandir,* Editions Eres, Toulouse, 2013, p. 13. A se vedea şi M. HAUTEFEUILLE şi D. VELEA, *Les addictions à Internet. De l’ennui à la dépendance,* Payot & Rivages, 2014, p. 40. Aceşti doi psihiatri fac această observaţie, că dependenţa este o soluţie mai înainte de a fi o problemă *(ibid.,* pp. 146, 232), şi citează mai multe exemple care arată „felul în care o parte din Internet serveşte la compensarea unei insatisfacţii sau dificultăţi adesea problematice din viaţa reală” (p. 149).

Internetului.[213]

Vorbind de dependenţă, trebuie să facem o distincţie între „cyberadicţie” şi adicţiile „cyberasistate”.

Cyberadicţia este o adicţie faţă de mijloacele de comunicare, în special faţă de Internet şi reţelele de socializare. În adicţiile cyberasistate, persoanele sunt dependente nu de noile media ca atare, ci de realităţile la care acestea oferă un acces rapid, facil şi nelimitat, cum sunt jocurile *on line,* sexul, cumpărăturile compulsive ş.a.m.d. Dar lucrul acesta nu înseamnă că responsabilitatea noilor media ar fi mai mică în acest caz, pentru că ele constituie deopotrivă incitări permanente, suporturi necesare şi factori de facilitare, şi prin însăşi natura lor părţi componente ale adicţiei. În percepţia curentă şi după cum o arată expresiile folosite de apropiaţii lor, cei care suferă de adicţie se arată a fi dependenţi de televizorul lor, de consola lor de jocuri, de calculatorul sau de telefonul lor inteligent, fără să le pese prea mult de conţinutul lor, de vreme ce pot fi folosite la fel de bine pentru satisfacerea unei nevoi care s-a creat la nivelul psihismului.

Cyberadicţiile şi adicţiile cyberasistate sunt legate între ele prin intermediul Internetului care, ca unul ce este obiectul unei cyberadicţii, e cel mai adesea uşa prin care pătrund adicţiile

213D. SMAHEL, E. HELSPER, L. GREEN, V. KALMUS, L. BZ/VTCA, K. ÔLAFSSON, *Excessive Internet Use among European Children,* EU Kids Online, noiembrie 2012, p. 5.

cyberasistate. După cum observă psihiatrii Michel Hautefeuille şi Dan Véléa, Internetül „este instrumentul visat de candidatul la adicţie: el oferă în- tr-adevăr obiecte pentru toate adicţiile posibile”.[214]

Formele grave de adicţie se caracterizează mai ales prin exclusivismul lor, cu alte cuvinte prin abandonarea celorlalte datorii şi a relaţiilor care constituie o viaţă socială normală, pentru multă vreme de-a lungul zilei. Adic- ţia poate fi în general definită în aceiaşi termeni ca pasiunea, în sensul clasic al termenului. Michel Hautefeuille şi Dan Véléa notează faptul că folosirea devine patologică „din momentul în care comportamentul devine exclusiv şi e însoţit de degradări care îi sunt asociate: abandonarea pe termen lung a celorlalte centre de interes, îndeosebi familial, şcolar şi profesional. Subiectul dependent nu trăieşte decât pentru obiectul dependenţei sale, toate celelalte fiind excluse. întreaga sa viaţă, toate preocupările sale, întreaga sa energie sunt centrate pe el. Restul este total secundar şi începutul cu începutul este abandonat”.[215]

214 *Les addictions â Internet. De l’ennui a la dependance,* Payot & Rivages, 2014, p. 45. Facem trimitere la această lucrare pentru o analiză precisă a diverselor forme de cyber-dependenţă – faţă de jocurile video (pp. 48-64), de roluri în scenariile *on line* (pp. 64-68), de pisici (pp. 68-84), de reţele de socializare (pp. 85-86), de informaţii (pp. 86-93), de bloguri (pp. 93-95), de tablete şi smartphone-uri (pp. 95-96) – şi faţă de diverse forme de adicţii cyberasistate – faţă de pisici (pp. 98-100), de sex (pp.101-112), de cumpărături (pp. 139-143).

215 *Les addictions â Internet. De l’ennui â la dependance,* Payot & Rivages, 2014, pp. 43-44.

Formele grave de adicţie faţă de noile media nu trebuie să ne întoarcă privirea de la formele mai benigne, dar care au totuşi efecte negative asupra vieţii psihice.

Mulţi utilizatori ai noilor media sunt în zilele noastre dependenţi fără să ştie, deoarece au tendinţa de a relativiza dependenţa lor faţă de formele grave de adicţie, şi pentru că obişnuinţa şi adaptarea au integrat comportamentele lor mediatice printre comportamentele uzuale şi aşa-dar le-au banalizat.

Adicţia, sub toate formele sale, se caracterizează prin- tr-o dependenţă în grade variabile. Ea este instituită prin- tr-o atracţie mai mult sau mai puţin irepresibilă, care vădeşte o nevoie, mai mult sau mai puţin importantă, a cărei satisfacere procură o plăcere mai mult sau mai puţin conştientă, şi a cărei nesatisfacere produce o frustrare resimţită ca o lipsă şi constituie o formă de suferinţă psihică, mai mult sau mai puţin intensă. În afară de această măsură interioară, ponderea adicţiei poate fi evaluată după gradul de perturbare pe care îl produce în adaptarea şi prezenţa în mediul social – mai întâi familial, apoi şcolar şi profesional, şi relaţional în general.

Psihologii au pus la punct teste pentru depistarea nivelului de dependenţă. Cel mai cunoscut este testul Orman, care priveşte utilizarea Internetului:

1. Petreceri pe Internet mai mult timp decât v-aţi propus iniţial?

2. Vă deranjează ideea de a scurta timpul petrecut pe Internet?

3. Prietenii sau membrii familiei dumneavoastră s-au plâns că staţi prea mult timp pe Internet ?

4. Vi se pare dificil să rămâneţi neconectat vreme de câteva zile ?

5. Randamentul la serviciu sau relaţiile personale au suferit din cauza timpului petrecut pe Internet?

6. Există zone sau anumite site-uri pe Internet pe care cu greu le puteţi evita?

7. Vă este greu să vă stăpâniţi impulsul de a cumpăra produse sau servicii care ţin de Internet?

8. Aţi încercat, fără succes, să reduceţi timpul de folosire a Internetului?

9. Vă abateţi mult de la domeniile dumneavoastră de activitate şi de la cele care vă oferă satisfacţie, din cauza Internetului ?

Intre 0 şi 3 răspunsuri pozitive, există o mică tendinţă spre adicţia faţă de Internet.

între *4* şi *6* răspunsuri pozitive, există posibilitatea dezvoltării unui comportament adictiv.

între 7 şi 9 răspunsuri pozitive, există o puternică tendinţă spre o stare de dependenţă.

Acest test nu este util doar pentru psihologi, care au nevoie de o măsură de evaluare, el permite de asemenea oricărei persoane să conştientizeze natura comportamentului său.

SPAŢIUL UNEI LIBERTĂŢI ILUZORII

Noile media, pentru că dau oricărei persoane puterea de a comunica imediat şi necontenit cu lumea întreagă, lasă impresia că desfiinţează două limite majore ale libertăţii noastre: spaţiul şi timpul. Ele lasă aşadar impresia că oferă libertăţii noastre un câmp de acţiune nelimitat şi o posibilitate de alegere infinită în toată această mulţime de obiecte din lume, la care avem acces datorită lor.

Şi totuşi, după cum am văzut în capitolele precedente, noile media au ca efect real restrângerea libertăţii personale la diverse nivele: politic (prin faptul că ele permit supravegherea şi propaganda), economic şi profesional (prin faptul că favorizează supravegherea şi exploatarea angajaţilor), social (prin faptul că produc abolirea graniţei dintre viaţa publică şi cea privată).

Adicţia faţă de noile media (că e vorba fie de cyberde- pendenţă, fie de dependenţa cyberasistată) este o formă de restrângere a libertăţii care se adaugă celor prezentate mai sus, dar care este şi mai gravă, pentru că e vorba de o restricţie internă, nu doar externă.

>

Ea creează acelaşi tip de restricţie a libertăţii ca şi pasiunile (atât în sens psihologic, cât şi în sens spiritual – patimi), deoarece acestea slăbesc conştiinţa şi voinţa persoanei şi o supun unei puternice atracţii, pe de o parte, pentru factori exteriori care i se par seducători, dar care nu au

decât o existenţă firavă (imaginară, în cazul pasiunilor clasice, virtuală, în cazul alipirii de noile media), iar, pe de altă parte, pentru mecanisme exterioare care îi mobilizează energia şi îi alienează facultăţile într-un flux lipsit de consistenţă şi de substanţă. După cum arată Philippe Breton, în vreme ce omul clasic se arăta condus din interior şi de sine însuşi, omul nou, care este în primul rând o fiinţă-ca- re-comunică, îşi are întreaga interioritate în exterior. Mesajele pe care le primeşte nu vin din interioritatea sa, „ci mai curând din mediul înconjurător. El nu acţionează, ci reacţionează, şi nu reacţionează la o acţiune, ci la [ceea ce este de fapt] o reacţie”.[216]

Se confirmă aici ceea ce am notat deja: Netul se arată într-adevăr ca o pânză de păianjen sau ca o mreajă în care sunt prinşi cei care se înfundă în el, iar reţelele, sfori sau lanţuri din care nu mai pot scăpa cei care se folosesc de ele. În viaţa socială de zi cu zi vedem cât de mult, din ce în ce mai multe persoane sunt ataşate de telefoanele lor mobile sau de o lume alta decât cea reală, al cărei ecou ajunge la ei prin căştile cu firele lor care seamănă cu nişte lese de care, cu un aer absent, se lasă traşi fără nici o împotrivire.

216 *L’Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»*, La Decouverte, 1997, p. 55.

XII

DIMINUAREA CAPACITĂŢILOR INTELECTUALE

„înţelepciunea celor înţelepţi se va pierde” *(Isaia* 29, 14)

Este din ce în ce mai evident că folosirea noilor media afectează procesele intelectuale şi diminuează în acest domeniu performanţele utilizatorilor.

Aceste efecte se produc în primul rând la copii: supuşi din cea mai fragedă vârstă acestor noi media, cu capul plin de imaginile de la televizor şi de jocuri video, rezultatele lor şcolare sunt afectate în mai multe etape ale şcolarităţii.

Efectele toxice ale noilor media asupra proceselor cognitive se manifestă apoi la adulţi, chiar şi atunci când ei sunt utilizatori recenţi ai acestora.

SCĂDEREA PERFORMANŢELOR ŞCOLARE PE TERMEN SCURT ŞI LUNG

Majoritatea studiilor conduce către constatarea că folosirea noilor media implică o diminuare a performanţelor şcolare pe termen scurt şi lung.[217]

217 Au fost întreprinse studii aprofundate asupra efectelor televiziunii, în special; a se vedea mai ales cele ale lui T.

Aceasta se explică prin mai mulţi factori.

Primul este caracterul cronofag al noilor media care, cumulate, amputează în mod considerabil (între 28 şi 36%, conform unui studiu recent[218]) timpul necesar pregătirii şcolare (lecţii şi teme pentru acasă).

Al doilea este oboseala produsă de noile media, fie consumându-le din energie, fie reducând durata şi calitatea somnului (ceea ce afectează trezirea, atenţia şi memoria şi, în general, dezvoltarea cognitivă).

Al treilea este reducerea capacităţii de atenţie şi de concentrare pe care ele o provoacă într-un asemenea grad, încât tot mai mulţi copii şi adolescenţi se arată incapabili de a se fixa mai mult de câteva minute asupra unei expuneri orale sau asupra unui text scris.

Se pot incrimina încă şi alţi factori, ca diminuarea competenţelor lingvistice (alterarea derulării limbajului, sărăcirea lexicului), absenţa de stimulare a reflecţiei şi puţinul timp pe care

---

MACBETH WILLIAMS, *The Impact of Television: A Natural Experiment în Ihree Communities,* Academic Press, Londra, 1986; M. WINN, *The Plug-în Drug: Television, Computers, and Family Life,* Penguin Books, Londra, 2002; L. LURÇAT, *Des enfances voleespar la télévision. Le temps prisonnier,* François-Xavier de Gui- bert, Paris, ediţia a 3-a, 2004; M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets delà télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013 (în special pp. 41,121-132,133-134,144-146,147); se găseşte în acest ultim studiu o bogată bibliografie complementară asupra acestei probleme.

218Cf. M. DESMURGET, *op. cit.,* p. 134, referindu-se la E.A. VANDE- WATER şi alţii, «Time Well Spent ? Relating Television Use to Children's Free Time Activities», *Pediatrics,* 117, 2006, pp. 181-191.

fluxul lor îl lasă pentru aşa ceva, reducerea lecturii (foarte importantă pentru formarea şcolară), sau încă şi izolarea celor care se folosesc de ele, de principalii factori de educare (părinţi şi profesori). Referitor la acest ultim aspect, să amintim faptul că un şcolar din clasele primare petrece în fiecare an mai mult timp în faţa ecranelor decât în faţa învăţătorului sau a părinţilor, luaţi împreună. Interacţiunea dintre părinţi şi copii fiind esenţială pentru dezvoltarea psihologică, dar şi intelectuală a copilului, diminuarea acesteia prejudiciază dobândirea limbajului şi dezvoltarea cognitivă legată de el.

Michel Desmurget arată în această privinţă efectele negative ale televiziunii:

> Unui televizor îi lipseşte şi îi va lipsi mereu un atribut profesoral fondator: interactivitatea [...] Televizorul nu dă din cap ca să aprobe o acţiune a copilului. Nu-şi potriveşte cuvintele după cum se arată pe faţa copilului că n-a înţeles ce vrea să spună. Nu-l învaţă pe copil numele obiectelor pe care acesta le priveşte. Nu reproduce cuvintele pe care copilul Ie pronunţă. Nu-i corectează felul în care se exprimă. Nu răspunde ciripiturilor sale. Până la urmă, din pricina tuturor acestor lipsuri, televizorul nu este doar un jalnic balon pedagogic umflat cu aer, ci şi, la modul general, un puternic factor destructiv din punct de vedere lingvistic. în această privinţă, se vede mai ales faptul că televiziunea nu se mulţumeşte să acţioneze prin cele ce-i lipsesc, deversând asupra copiilor noştri mizerabila ei incompetenţă. Ea operează de

> asemenea într-un mod mai profund, mutilând sociabilitatea din cadrul familiei. Când televizorul este pornit, fie că e în prim plan sau în plan secund, copilul aude mai puţine cuvinte, vorbeşte neglijent şi scurt, şi are parte de puţine prilejuri de conversaţie. Or, numărul de cuvinte pe care le aude şi le rosteşte copilul înainte de 3 ani este un indicator major al performanţelor lingvistice şi cognitive viitoare. În alţi termeni, mai puţine cuvinte în stadiile timpurii de dezvoltare înseamnă pentru copil, în final, un limbaj mai sărac şi o inteligenţă mai săracă.[219]

La modul general, noile media, pentru că sunt prin ele însele active, îi cufundă pe copii într-o stare de pasivitate şi de letargie intelectuală (în contrast cu activitatea intensă a degetelor pe telecomanda televizorului, pe maneta de jocuri, pe tastatură, pe mouse sau pe tabletă) şi de consumare a unor plăceri audiovizuale facile, în opoziţie cu disciplina, cu simţul efortului, cu răbdarea, cu perseverenţa şi cu sacrificiile pe care le implică învăţătura serioasă, în oricare domeniu. Această pasivitate şi letargie în faţa ecranelor se soldează cu o impulsivitate şi o hiperactivita- te dezordonată şi confuză în afara lor, adică în cadrul familial firesc şi în cel şcolar, şi mulţi părinţi şi învăţători se plâng în zilele noastre de faptul că ele perturbă grav viaţa familială şi viaţa şcolară în general.

---

219 *TV Lobotomie. La vente scientifique sur les efièts de la télévision,* ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 173, 175.

XII. DIMINUAREA CAPACITĂŢILOR INTELECTUALE

Efectele negative ale noilor media asupra performanţelor şcolare se fac simţite pe termen scurt, dar şi pe termen lung. Un studiu recent a arătat cum cu cât un copil sub 3 ani se uită mai mult la televizor, cu atât mai puţin se va implica în munca de şcolar la 10 ani, în termeni de participare, efort şi curiozitate. Un alt studiu a pus în evidenţă faptul că fiecare oră petrecută în faţa televizorului, între 5 şi 11 ani, creşte cu aproape 50% probabilitatea de apariţie a tulburărilor de atenţie la vârsta de 13 ani. Un alt studiu, iarăşi, a stabilit că fiecare oră petrecută în faţa televizorului la 14 ani creşte cu 44% probabilitatea unor tulburări de atenţie la 16 ani. Multe alte studii, de mai mult de patruzeci de ani încoace, au arătat rolul determinant pe care îl au formatele audiovizuale rapide în apariţia tulburărilor de atenţie la copil şi la adolescent.[220] Or, atunci când atenţia nu e trează, activitatea cognitivă este în întregime afectată.[221] Multe studii au pus de asemenea în evidenţă faptul că există o corelaţie între amplitudinea consumului de televiziune şi

220 Aceste diferite studii, ca şi altele, sunt citate de M. DESMURGET, *TVLobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 144-147.

221 Se poate obiecta că televiziunea şi Internetül solicită o anumită atenţie, iar jocurile video chiar foarte multă atenţie. Dar specialiştii disting două sisteme de atenţie distincte, îndeplinite de circuite neuronale diferite şi solicitate fie într-o manieră automat-exogenă, fie voluntar-en- dogenă: expunerea la stimulii audiovizuali îl pune în funcţiune pe cel dintâi până la o hipertrofiere a lui în detrimentul celui de-al doilea (cf. M. DESMURGET, *op. cit.,p.* 147, unde se găseşte şi bibliografia aferentă).

probabilitatea obţinerii unei diplome universitare.[222]

O ABRUTIZARE GENERALĂ

Efectele negative ale noilor media asupra proceselor intelectuale ale copiilor nu pot să nu se repercuteze asupra vieţii lor adulte, nu doar pentru că anumite obişnuinţe, odată adoptate, pur şi simplu nu mai pot fi părăsite, ci şi pentru că anumite moduri de funcţionare a facultăţilor puse în lucrare s-au imprimat în creier.

Adulţii, chiar şi atunci când n-au fost deformaţi de noile media încă din copilărie, resimt efectele dăunătoare ale acestora asupra vieţii lor intelectuale din momentul în care depăşesc o anumită limită în utilizarea lor, ceea ce se întâmplă tot mai frecvent.

În celebrul său eseu *Internet rend-il bête?,* Nicolas Carr arată cum folosirea noilor media, în special a Internetu- lui, produce efecte negative asupra tuturor utilizatorilor, nu doar asupra procesului gândirii, ci şi asupra a ceea ce acesta implică (limbajul), asupra corelatelor sale (atenţia şi concentrarea) şi asupra calităţii formale externe (stilul) şi interne (continuitatea, rigoarea şi coerenţa).

Aceste efecte negative sunt cauzate de diverşi factori şi se manifestă în diverse moduri.

222 A se vedea M. DESMURGET, *op. cit.,* p. 129.

IMAGINEA, MAI IMPORTANTĂ CA TEXTUL

Am arătat, într-un capitol precedent, cum imaginea a ajuns să ocupe tot mai mult loc în noile media, în detrimentul cuvintelor.

Noile media, în proporţia în care produc imagini, înlocuiesc gândirea conceptuală, bazată pe limbaj, cu ceea ce lingviştii numesc „gândire iconică", o formă de gândire pre-lingvistică, rudimentară, primară, pe care o au copiii înainte de învăţarea limbajului ori adulţii în faza de adormire, sau, într-o mai mică măsură, încă şi unele animale superioare.

Această formă elementară de gândire, care implică mai ales simţurile şi imaginaţia, face apel la emoţii, dar foarte puţin la reflecţie, mai ales când fluxul imaginilor este continuu şi când acestea se schimbă necontenit. Televiziunea îndeosebi a devenit o maşină de produs imagini; ea nu mai este decât în cazuri marginale (canale culturale, emisiuni culturale difuzate târziu în noapte) un mijloc de informare sau de documentare, care să dea de gândit. Crearea recent a unui canal pentru animale reprezintă gradul suprem de evoluţie a unui mediu care produce imagini fără să mai acorde vreun loc gândirii umane.

Giovani Sartori a vorbit, referitor la epoca noastră dominată de imagine, despre o eră „post-gândire" *(post-pen- siero),* o eră nouă care vine după cea a gândirii, a sosirii omului nou, *homo videns,* care îl înlocuieşte pe *homo sapiens.* în mod

particular, el arată cum televiziunea „produce imagini şi şterge conceptele, şi atrofiază astfel capacitatea noastră de abstractizare şi odată cu ea capacitatea noastră de înţelegere”[223]. Altfel spus, întreaga sferă intelectuală este grav afectată de o boală care a cuprins întreaga lume.

DIMINUAREA LIMBAJULUI (LEXIC ŞI GRAMATICĂ)

Sărăcia limbajului televizual

Predominarea imaginii contribuie în mod sigur la sărăcia limbajului televizual şi, ca urmare, la sărăcirea lingvistică a telespectatorilor. George Steiner remarcă faptul că „asistăm la o demolare progresivă a limbajului, copleşit de imagine, în special de telematică”.[224]

Restul de limbaj care subzistă este însă şi el diminuat din punct de vedere calitativ.

Scopul marilor canale de televiziune este obţinerea unei cât mai mari audienţe, ca să-şi crească astfel la maximum veniturile din publicitate.

Pentru aceasta, cel mai mare numitor comun cultural (promovarea celor mai populare spectacole) şi intelectual (câştigarea de telespectatori şi reţinerea lor în faţa ecranului prin evitarea supunerii lor la vreun efort de înţelegere

223 *Homo videns. Televisione epost-pensiero,* Laterza, Roma şi Bari, 1998.

224 «L’immagine ha distrutto la cultura occidentale», interviu de Leo- nettaBENTivoGLlO în *La Repubblica* din 15 iulie 2011, p. 6.

care i-ar face să schimbe canalul) trebuie însoţit de cel mai mare numitor comun lingvistic (folosirea unui limbaj total accesibil pentru un maximum de persoane). Limba franceză uzuală (adică în afară de vocabularul ştiinţific şi tehnic) numără între 60.000 şi 75.000 de cuvinte.[225] Vocabularul latent (în mod potenţial utilizabil şi mai ales comprehensibil) este de 30.000 de cuvinte pentru o persoană cultivată şi de 2.500 la 6.000 de cuvinte pentru un licean. Un adult foloseşte în medie 3.000 de cuvinte în viata de toate zilele, iar un licean între 800 şi 1.600. Esenţialul se

> 5

poate însă exprima în 600 de cuvinte, care se dovedesc a fi cel mai des folosite şi reprezintă 90% din oricare text...[226]

Aceste 600 de cuvinte constituie vocabularul televizu- al de bază, care, în mod implicit, se cere a fi folosit de vorbitori (prezentatori, jurnalişti, invitaţi...); pentru tot ce depăşeşte acest număr de 600 de cuvinte de bază, fie se practică tăieturi la montaj, fie se explică sensul celor spuse (ceea ce jurnaliştii fac în mod curent în cazul unor interviuri în direct, când ceea ce se spune nu poate fi controlat dinainte).

225 Referindu-ne ia dicţionarele Petit Robert şi, respectiv, Grand Robert.

226 Ca termen de comparaţie, un studiu lexicologie realizat pe opera lui Maupassant a arătat că el foloseşte 18.256 de cuvinte, mai mult decât Zola şi Proust, dar mai puţin ca Flaubert (a se vedea T. SELVA, «Une etude quantitative du vocabulaire de Maupassant», *LAngeltis. Bulletm de lAssociation des Amis de Guy de Maupassant,* 12, 2001-2002, pp. 41-48).

Sărăcia limbajului televizual nu poate decât să contribuie la sărăcirea vocabularului celor care stau multe ore pe zi în faţa televizorului; iar impactul acestui limbaj sărac asupra realizărilor şcolare ale tinerilor, conjugat cu impactul altor factori care ţin tot de televiziune, nu a putut să nu fie obiectul unei evaluări negative în studiile pedagogice.[227] Acest deficit lingvistic se confirmă la adulţii care consacră multe ore pe zi televiziunii şi care, în marea lor majoritate, nu urmăresc programe culturale.

Sărăcirea programată a stilului mediatic

însă nu doar programele de divertisment sunt afectate de această sărăcire lingvistică, ci şi limbajul jurnaliştilor în toate aceste media.

Limbajul jurnalistic a devenit un limbaj standardizat, care exclude orice formă mai complicată de exprimare, adică frazele lungi, cu o sintaxă complexă şi un vocabular bogat. Oamenii politici, formaţi la Facultatea de Ştiinţe Politice şi la ENA (Şcoala Naţională de Administraţie), unde se pune mare preţ pe calitatea discursului, unde clasamentul la examene şi concursuri ţine cont în primul rând de strălucirea acestuia, atunci când ajung în posturi de răspundere, trebuie să înveţe să se exprime într-un limbaj cât se poate de sărac. Un ziar a dezvăluit faptul că un ministru tocmai

227A se vedea de exemplu A. LIEURY, S. LORANT, F. CHAMPAULT, «Loisirs numeriques et performances cognitives et scolaires: une etude chez 27 000 eleves de la 3' des colleges», *Bulletin de psychologie,* 530, 2014, pp. 99-125.

făcuse un stagiu de comunicare, unde a învăţat să se exprime în public cu un lexic limitat la 500 de cuvinte.

Ziarele, care pot avea un nivel de bună calitate şi cititori elevaţi, nu scapă nici ele de tentaţia de a simplifica la maximum exprimarea, ceea ce face în mod inevitabil ca judecata să-şi piardă calităţile de argumentare, profunzimea şi subtilitatea, care depind în cea mai mare măsură de bogăţia limbajului şi uneori de complexitatea sa. Jurnaliştii nu se supun doar ei acestui regim sobru, ci îl impun şi personalităţilor cărora le iau interviuri.

Philippe Breton observă că:

> Nu se pune problema ca un specialist, un savant, să fie lăsat să vorbească, dacă nu şi-a epurat mai înainte discursul de tot ce este socotit ca plicticos sau de neînţeles. Şi încă mai bine este să i se pună poza pe ecran, iar peste ea un text scris şi citit de un jurnalist. Intervenţia unui savant trebuie de acum înainte să fie un divertisment pentru public, care trebuie să aibă parte de „un moment plăcut" şi mai ales să nu se confrunte niciodată cu propria-i ignoranţă. Informaţia trebuie întotdeauna să corespundă exigenţei de „plin", de „umplut până la refuz", când, de fapt, procesul de cunoaştere se sprijină mult pe identificarea şi acceptarea unor zone de ignoranţă [...]. Pornind de aici, sunt posibile tot felul de manipulări în transmiterea, sub forma de mesaje mediati- ce, a cunoaşterii. Cea mai curentă este rescrierea interviului [...]. Fenomenul pare să se fi agravat în ultimul timp, ajun- gându-se la situaţia că unii

intelectuali se întreabă dacă vor continua să acorde interviuri, ştiind bine că textul lor va fi rescris de mai multe ori, de-a lungul lanţului redacţional, şi probabil golit de o parte din substanţa sa. Protestelor vehemente pe care le-a produs o astfel de practică sistematică, unii le opun argumentul potrivit căruia nu contează atât ce anume se spune, contează dacă se vorbeşte despre ce s-a spus. Important este să fii în media ca să exişti, să fii în centrul atenţiei, chiar dacă mesajul nu mai are în final decât o importanţă secundară. în cazul interviului, din text, când acesta e înţeles de jurnalist – ceea ce nu se întâmplă întotdeauna, pentru că şi aici, ca peste tot, există profesionişti buni şi profesionişti slabi, dispare „firul argumentării". Edificarea unei cunoaşteri, apărarea unei idei, se fac în general printr-un proces care constituie o înşiruire de argumente (de aceea, pentru a le urmări şirul, e nevoie în general de puţină concentrare). Moderatorul însă va lua o frază de aici, o frază de colo, şi nu neapărat în ordinea impusă de logica argumentării. El va trata textul ca pe o suită de enunţuri detaşabile (informaţia se acomodează foarte bine cu discontinuitatea, în timp ce cunoaşterea este un proces continuu). Se întâmplă frecvent ca autorul să nu mai recunoască nimic din ceea ce a spus. Singurul mijloc de a evita astfel de situaţii este să încerce să includă într-o singură frază un element important al raţionamentului pe care îl susţine. Oamenii politici, care ştiu bine că discursurile lor cele mai gândite şi argumentate nu au decât puţine şanse să fie reproduse în logica lor

iniţială, cunosc bine mecanismul şi au o bogată provizie de „mici fraze" spectaculoase, bazate pe figuri retorice sau formule-şoc. Neajunsul este că figurile de stil nu prea se pretează nici ele la elaborarea unui raţionament bazat pe argumente.[228]

Efectul toxic al SMS-urilor

Sărăcirea lingvistică se manifestă într-o manieră şi mai evidentă în noile forme de comunicare specifice calculatoarelor, tabletelor şi telefoanelor inteligente.

SMS-urile (mesaje scurte transmise de pe mobil) au căpătat o importanţă considerabilă în comunicare, datorită costului redus pe de o parte, iar, pe de alta, datorită scurtimii lor, care cere un minimum de efort pentru a le compune. Această scurtime, legată de asemenea de preocuparea (cel mai adesea nefondată) de a fi cât mai rapid atât în transmiterea unui mesaj (adesea de natură impulsivă), cât şi în receptarea unui mesaj (adesea de natură compulsivă), se manifestă prin folosirea de abrevieri care reduc cuvintele la sunete îndepărtate de forma lor lexicală scrisă, şi prin- tr-un recurs la forme lingvistice marginale sau

228*L' Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanetaire»*, La Decouverte, Paris, 1997, pp. 142-143.

deformate în raport cu limba de referinţă.[229] [230]

Lucrul acesta este însoţit de lipsa de grijă în ceea ce priveşte gramatica şi ortografia, conţinutul având întâietate în raport cu forma. Fraze întregi sunt reduse la iniţialele cuvintelor din care sunt compuse[1] sau la sunetele pe care le conţin, mai mult sau mai puţin fidel reproduse.[231]

Se poate observa uşor aici un sistem de comunicare prescurtat asemănător cu stilul folosit altădată pentru transmiterea mesajelor prin telegraf şi în telegrame, sau asemănător cu stenografia. Se poate vedea aici şi un exemplu de „72<2p(de la nouvelle)/zz^Mc” (nouă-limbă), cu propria sa structură lingvistică, care nu-şi pierde înrudirea cu alte limbi sau dialecte, pentru că este cât de cât articulată.

Totuşi, faptul că ea este folosită zi de zi, şi nu într-un cadru specific, ci împreună sau în simbioză cu limbajul normal, are anumite efecte negative particulare în raport cu limba oficială de referinţă.

---

229 De exemplu, în cazul 1b. fr.: *â demain* (pe mâine) = a2ml; *â lundi* (pe lunii = al 1 di; *âplus tard* (pe mai târziu) = a+; ¿z'e« *sur* (bine înţeles) = blsur; *bonsoir* (bună seara): bsr; *impossible* (imposibil): Iposibl; *je le savais* (ştiam lucrul acesta) = jle sav; *quest-ce que cest?* (ce este) = keskeC; *quoi de neuf?* (ce e nou) = koi29; *vraiment* (într-adevăr): vrMen.

230 De exemplu: *aussi vite que possible* (cât de repede posibil) = asap (din engleză: *«as soon aspossible»)-, bon apres-midi* o după-amiază plăcută) = bap.

231 De exemplu: *cay est* (asta e) = aye; *comment ca va?* (ce mai faci?) = komensava; *daccord* (de acord) = dak; *en tout cas* (în orice caz) = entouK; *j’espere que tu vas bien* (sper că eşti bine): jSpR ktu va bil; *laisse tomber* (las-o baltă) = 1’StonB; *pourquoi* (de ce) = pk.

Acest tip de limbaj, deopotrivă sărăcit şi stâlcit, folosit din plin de tineri şi chiar de cei foarte tineri, este deosebit

de dăunător în ceea ce priveşte formarea lor lingvistică şi stăpânirea limbajului. El le oferă într-adevăr impresia că respectul faţă de lexicul limbii (vocabular) şi de gramatică (sintaxă şi ortografie) nu este necesar pentru a comunica, îi face puţin motivaţi, chiar indiferenţi, în ceea ce priveşte procesul de învăţare a acestor materii. Fapt care se repercutează asupra pregătirii lor când e vorba de alte discipline şcolare, pentru care este necesară în mod necondiţionat buna stăpânire a limbajului, la toate nivelele – înţelegerea lecţiilor, redactarea temelor, inclusiv în matematică –, şi contribuie la eşecul şcolar sau cel puţin constituie un obstacol pentru reuşita lor. Tot din această cauză, tinerii au probleme în viaţa lor socială sau profesională, când trebuie să înţeleagă instrucţiunile pe care le primesc şi să redacteze în mod corect diverse documente.

Folosirea limbajului SMS nu dăunează direct limbii de referinţă (contaminarea este redusă şi nu are incidenţă asupra limbii vorbite, deoarece, în mod esenţial, este vorba de un mod special de transcriere a limbajului oral, plasat pe primul loc), ci doar asupra folosirii limbii de unele categorii ale populaţiei, şi creează astfel nivele lingvistice, intelectuale şi culturale diferite, care sporesc inegalităţile sociale.

Restrângerea limbajului şi a gândirii prin aceste forme succinte de comunicare

Mesajele de pe Twitter şi mailurile au păstrat în

general un nivel lingvistic mai elevat decât SMS-urile, primele pentru că sunt folosite pentru o difuzare de masă, ajungând adeseori în diverse sfere ale societăţii, fapt care le impune o mai mare atenţie la redactarea lor, iar celelalte pentru că au înlocuit scrisorile şi păstrează (în pofida unei sărăciri considerabile) anumite forme care ţin de modul tradiţional de redactare.

Insă ambele constituie, împreună cu SMS-urile, o formă de comunicare caracterizată prin scurtime.

Or, această scurtime a celei mai răspândite, la modul global, forme de comunicare din zilele noastre este în mod particular dăunătoare pentru gândire.

Putem vedea, fireşte, în formele succinte de exprimare (aşa cum se manifestă mai ales în mesajele de pe Twitter) o chintesenţă a gândirii, dacă ne gândim la proverbe, maxime, apoftegme, sau încă şi la forma de haiku din poezia japoneză. între aceste expresii laconice ale unei experienţe şi înţelepciuni milenare şi universale, sau aceste forme şlefuite cu maximă fineţe ale unei poezii extrem de încifrate, şi frazele scrise rapid pe tastatură, transpunând în mod brut o impresie sau o emoţie de moment, cel mai adesea, aşadar, fără nici o clipă de reflecţie, există o imensă distanţă.

George Steiner consideră că nu numai abundenţa de imagini este cea care erodează treptat-treptat limbajul, ci şi aceste forme reduse de exprimare neomediatică: „Limbajul este

devorat de minimalismul obsesional al codurilor electronice, ca cel al mesajelor din ce în ce mai comprimate [trimise] de pe telefoanele mobile."[232]

SLĂBIREA CAPACITĂŢII DE REFLECŢIE

Folosirea noilor media provoacă o diminuare a reflecţiei, atât din punct de vedere cantitativ, cât şi calitativ.

Reflecţia nu este simpla activitate a gândirii, adică fluxul de reprezentări, imagini sau idei. Reflecţia este un pro
ces ordonat, în care intervine intuiţia, dar şi raţiunea cu ale sale categorii logice şi propriile ei exigenţe (mai ales în materie de organizare şi argumentare), din care nu lipseşte spiritul critic. După cum indică şi termenul[233], reflecţia nu înseamnă primul gând care-ţi vine în minte, ci cu adevărat mai curând o revenire asupra lui pentru a-l examina, pentru a-l prelucra, pentru a-l certifica. Ea impune aşadar un recul, o distanţă, şi prin urmare timp.

Or, noile media funcţionează fără sau aproape fără întrerupere, într-un flux continuu care împiedică gândirea să se oprească şi să se întoarcă asupra sa. Facultăţile intelectuale nu fac decât să urmeze acest flux, fiind în mare măsură reduse la o stare de dependenţă şi de pasivitate.

Incompatibilitatea dintre reflecţie şi noile media ţine şi de faptul că timpul acestora este constituit

232 *Loc. cit.*
233 Din lat. *reflexia* – întoarcere – *n. trad.*

dintr-o succesiune de momente, pe când reflecţia se desfăşoară într-o durată relativ lungă.

În fine, noile media funcţionează întotdeauna în regim de urgenţă: trebuie comunicate rapid informaţiile, trebuie răspuns imediat la telefon sau la mailuri, trebuie trimise rapid SMS-uri sau mesaje pe Twitter, pentru a răspunde rapid la solicitări sau pentru a reacţiona rapid la evenimente. Această rapiditate nu este favorabilă pentru reflecţie, care, cu excepţia unor situaţii rare şi cu adevărat urgente, are nevoie de un timp al ei.

Nicolas Carr, în ceea ce-l priveşte, arată cum utilizarea Internetului – pentru că obligă în permanenţă la evaluarea /zW-urilor şi prin urmare la alegerea unei anumite navigări, în timp ce procesează o mulţime de stimuli senzoriali fugitivi, pentru că solicită în permanenţă o coordonare mintală şi luarea de decizii – realizează o adevărată)
deturnare a resurselor mintale şi împiedică creierul să caute să înţeleagă ce citeşte şi cu atât mai mult îl împiedică să reflecteze în profunzime.[234]

Epoca noastră pare să justifice teama formulată de Heidegger la mijlocul veacului trecut, şi anume de a vedea cum progresul tehnologic copleşeşte ceea ce constituie esenţa însăşi a umanităţii noastre, şi anume „gândirea meditativă”.[235]

234 *Internet rend-il bete?,* Róbert Laffont, Paris, 2010, p. 176.

INFORMAŢII CARE NU CONSTITUIE NICI ŞTIINŢĂ, NICI CUNOAŞTERE

După cum am spus deja referitor la efectele lor în domeniul culturii şi al educaţiei, noile media, în special televiziunea şi Internetül, aduc o mulţime de informaţii. Dar aceste informaţii, din cauza masivei lor cantităţi, greu de stăpânit, nu fac altceva decât „să producă ameţeală" şi sfârşesc prin a se anihila, deoarece se ştie că „prea multă informaţie ucide informaţia".[236]

O informaţie nu este utilă şi nu îmbogăţeşte decât dacă este supusă unui proces de înţelegere, care poate să-i dea un sens. Or, după cum notează Jean Baudrillard, „ne aflăm într-un univers în care sunt tot mai multe informaţii şi tot mai puţin sens".[237]

Presupunând că informaţiile ar putea fi totuşi bine administrate, ele tot n-ar produce cunoaştere, care nu este o simplă acumulare de informaţii.

Pentru însăşi natura noilor media, informaţiile sunt primite în general în mod pasiv, discontinuu, fragmentar; ele nu fac obiectul unui proces de examinare, de ordonare, de asimilare îndelung gândite. Chiar atunci când informaţiile au acest potenţial de a fi de calitate, putem observa că utilizatorilor Internetului în general „le este greu să-şi formuleze întrebările, să trieze rezultatele

236 Cf. M. HAUTEFEUILLE şi D. VELEA, *Les addictions â Internet. De l'ennui â la dependance,* Payot & Rivages, 2014, p. 89.

237 *'Simulacres et simulation,* Galilee, Paris, 1981, p. 119.

obţinute şi să ierarhizeze sursele”[238]; le este de asemenea greu să sintetizeze datele culese.

Suma informaţiilor primite nu este o ştiinţă propriu-zi- să; aceasta se sprijină pe baze sigure, implică o formalizare, posedă o unitate şi este în mod ierarhic situată în sânul culturii, potrivit importanţei şi valorii sale.[239]

A fortiori informaţia nu constituie cunoaştere, care implică o înţelegere în profunzime a unei ştiinţe şi o însuşire personală şi inteligentă a acestuia.

SLĂBIREA MEMORIEI

Un alt efect notabil al utilizării noilor media este slăbirea memoriei.

Posibilităţile de memorare internă oferite de calculatoare şi de mijloacele de stocare anexe (hard discuri externe, stickuri USB, discuri DVD) sau exterioare (oferite sau închiriate de la prestatorii de servicii, numite *cloud),* dar şi posibilitatea de a găsi imediat orice informaţie dorită pe Internet, îi dau lui *homo connecticus* impresia că nu are nici un rost să-şi încarce propria memorie cu tot felul de date.

Aceste noi posibilităţi par a avea avantajul că ne scutesc de orice efort de memorare, de aducere-aminte şi de ţinere de minte a celor memorate.

238 *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediţia a 2-a, J’ai Lu, Paris, 2013, p. 117.

239 Privind diferenţa dintre informaţie şi cunoaştere, se poate consulta analiza lui D. DE ROUGEMONT: «Information n’est pas savoir», *Diogene,* 116, 1981, pp. 3-19.

Noile dispozitive beneficiază de un grad de securitate mai mare decât memoria umană, care nu înregistrează perfect informaţiile, cu timpul îşi pierde sau modifică amintirile, şi le redă întotdeauna tot mai diminuate şi alterate. Dar, după cum am văzut în capitolul referitor la viaţa culturală, posibilitatea de a descărca articole şi cărţi întregi îi sustrage pe cei interesaţi de ele de la memorizarea lor şi chiar de la cunoaşterea con
> J
ţinutului lor, prin iluzia că, de vreme ce le-au salvat pe un hard disc, într-un anume fel au intrat în posesia lor şi pot dispune de ele când şi după cum voiesc, ca şi atunci când le memorează conţinutul.

De fapt, lucrul acesta goleşte memoria sau, în cel mai bun caz, o reduce la un soi de index. Ea este referitor la informaţiile complete ceea ce este cartea de telefon pentru persoane sau fişierul pentru cărţile din biblioteca ce le conţine.

După cum observă Peter Suderman, „în loc să memorăm informaţia însăşi, ne amintim doar că o avem undeva stocată". „Net-ul ne învaţă să gândim ca el – şi anume ca un instrument de apelare şi conectare." Spre deosebire de eroii romanului lui Ray Bradbury *Fahrenheit 451,* care memorau cărţi întregi, „noi nu dorim să devenim cărţi, noi dorim să devenim indexuri şi indici", „alegând în locul cunoaşterii înseşi cunoaşterea celor pe care le cunosc alţii şi în care cunoaşterea propriu-zisă este doar depozitată", aşa încât până

la urmă „în mintea noastră nu mai păstrăm decât foarte puţine cunoştinţe profunde”.[240]

Slăbirea memoriei nu este legată numai de capacităţile de stocare oferite de noile media, ci şi de diferitele facilităţi pe care ni le oferă cultura digitală în diversele operaţii din viaţa cotidiană. De exemplu, faptul că numerele de telefon sunt înregistrate în agenda de contacte din telefonul mobil face ca noi să nu mai ţinem minte numerele de telefon ale rudelor şi prietenilor noştri. Iar faptul că avem la îndemână mici aparate de calculat (incluse acum în toate telefoanele mobile) face ca adesea să nu mai fim în stare să facem mintal operaţii simple, şi cu atât mai mult operaţii complexe, ca împărţirea sau extragerea rădăcinii pătrate, pe care odinioară le făcea cu uşurinţă orice elev din şcoala primară.

Capacitatea de memorare externă conduce nu doar la externalizarea, ci şi la devalorizarea memoriei; memorarea personală pare să fie o pierdere de timp, iar efortul de a-ţi aminti ceva, un consum inutil de energie. Există astfel o prăpastie între civilizaţia noastră digitală modernă şi societăţile tradiţionale, care preţuiau într-atât memoria, încât au făcut din ea o zeiţă (Mnemosyne, la greci) sau un „sanctuar” în care sălăşluieşte Dumnezeu, o cale de pătrundere la El[241], iar memorarea marilor texte literare sau

240 «Your Brain is an Index», *The American Scene. An OngoingReview ofPoliticsancl Culture,* 10 mai 2009.

241A se vedea de exemplu Fericitul Augustin, *Confesiuni,* Cartea a X-a şi aXI-a [tr. rom. de Prof. dr. docent Nicolae

sfinte, chiar atunci când ele existau sub formă de copii sau cărţi tipărite, constituia un exerciţiu de bază în educarea de mici a copiilor.

Memoria este o facultate a minţii foarte suplă, care se dezvoltă prin exerciţiu şi, dimpotrivă, se atrofiază dacă nu e folosită. Deprinderea cu recitarea pe de rost era altădată unul dintre exerciţiile de bază în clasele primare nu numai pentru a-i introduce pe micii şcolari într-un întreg tărâm al culturii literare (poezie, teatru...), ci şi pentru că le dezvolta memoria şi o făcea capabilă de cele mai bune rezultate la toate celelalte materii şcolare. Extraordinara aptitudine a actorilor de teatru de a învăţa pe de rost în câteva săptămâni nu doar propriul rol, ci şi întreaga piesă pe care o pregătesc, sau cea a dirijorilor de a învăţa pe dinafară partituri lungi şi complexe, nu se datorează unei facultăţi supraomeneşti, nici unei harisme speciale, ci unui exerciţiu de memorie practicat în mod intens şi regulat. Se poate observa cum, dimpotrivă, o slabă exercitare a memoriei produce în ceea ce o priveşte dificultăţi în reţinerea de texte chiar foarte scurte, sau când e vorba de reamintirea unor lucruri memorate anterior.

Putem nota de asemenea faptul că memorarea este cu atât mai uşoară cu cât conţinutul ce trebuie memorat şi

> » > păstrat în memorie posedă ceea ce

Barbu, în: FERICITUL AUGUSTIN, *Scrieri alese,* Partea întâi, *Confessiones-Mărturisiri,* EIBMO, Bucureşti, 1985, pp. 206-262 – *n. trad.].*

teoreticienii curentului *Gestaltpsychologie* numesc „o bună formă”, caracterizată mai ales printr-o structură organizată şi coerentă (de aceea este mai uşor de memorat un poem decât un text în proză, sau o melodie decât o succesiune aleatorie de note). Or, conţinutul noilor media (în special Internetül) se prezintă în general ca un flux de elemente diverse, fără coerenţă internă, cu atât mai mult cu cât prin legăturile şi conţinutul variat (texte, fotografii, imagini video, muzici) ele sunt în sine surse de dispersie pentru minte.

în vreme ce memoria cere repetarea unui acelaşi conţinut şi a formei identice în care se exprimă acesta, noile media se caracterizează printr-o schimbare necontenită, fie că e vorba de Internet, unde pagini noi defilează în permanenţă, fie de televiziune care, temându-se să nu-şi plictisească şi să nu-şi piardă audienţa, vede în tot ce este static sau se repetă un defect care trebuie neapărat evitat, şi produce secvenţe unice din ce în ce mai scurte.

Procesul de memorare impune de asemenea concentrare, ca şi procesul de rememorare (sau de amintire voluntară), acesta din urmă într-un grad mai mic. Or, după cum vom vedea în secţiunea următoare, utilizarea noilor media slăbeşte considerabil capacitatea de concentrare. Fiecare dintre noi, când are de a face cu persoane dependente de noile media (fie şi destul de slab), poate constata că adeseori ele răspund cu întârziere la întrebările ce li se pun, şi chiar uneori cer să li se

repete întrebarea. E vorba de o uitare care afectează memoria de scurtă durată, asemănătoare cu cea întâlnită în maladiile degenerative care afectează memoria (Alzheimer, demenţă ...), chiar dacă mai puţin grav, şi legat de o lipsă de atenţie la lume, legată la rândul ei de o lipsă de concentrare.

Reflecţia întreţine legături intime cu memoria, pe care William James le rezuma astfel: „Arta de a-ţi aminti este arta de a reflecta."[242] Există de asemenea raporturi strânse între memorie şi inteligenţă, inteligenţa însemnând o punere în legătură a datelor furnizate de cunoaşterea imediată, dar şi de memorie. Slăbirea memoriei se transpune inevitabil în- tr-o slăbire a proceselor reflexive, intelectuale şi cognitive.

John Sweller, specialist în psihologia educaţiei, a arătat că în procesul de învăţare există două forme de memorie în interacţiune: memoria de scurtă durată şi memoria de lungă durată. Prin cea dintâi, păstrăm impresiile şi gândurile imediate sub forma de amintiri pe termen scurt (doar câteva secunde). Prin cea de-a doua, păstrăm tot ce am învăţat despre lume, în mod conştient sau inconştient, sub formă de amintiri pe termen lung (câteva zile, luni şi ani întregi, chiar toată viaţa). O formă a memoriei de scurtă durată, şi anume memoria de lucru,

242 *Talks to Teachers on Psychology,* Henry Hoit and Company, New York, 1916, p. 143. Este concluzia capitolului 12 (pp. 116-143), care este o demonstraţie a acestei afirmaţii.

operează transferul de informaţii în memoria de lungă durată şi contribuie în mod treptat la constituirea unui spaţiu personal de stocare a cunoştinţelor; numai prin conţinutul acestei memorii de lucru suntem noi constienti în orice moment. Memoria de scurtă durată este într-un fel un bloc-notes al minţii, în vreme ce memoria de lungă durată constituie sistemul ei de clasificare. Memoria de lungă durată depozitează în mod organizat nu doar fapte, ci şi concepte şi scheme. Prin referire la ele, gândirea noastră acordă sens elementelor de informaţie dispersate şi totodată se îmbogăţeşte şi se aprofundează: profunzimea inteligenţei noastre este legată de capacitatea de a transfera informaţiile din memoria de lucru în memoria de lungă durată şi de a le integra în scheme conceptuale dobândite de-a lungul unor lungi perioade.[243]

Contrar memoriei de lungă durată, care are o capacitate aproape nelimitată, memoria de lucru nu poate conţine decât o modestă cantitate de informaţii, care dispar repede, cu excepţia cazului când le reactivăm prin repetare.

Transferul informaţiei din memoria de lucru în memoria de lungă durată poate fi comparat cu umplerea unei căzi de baie cu ajutorul unui degetar. Or, prin viteza şi intensitatea fluxului de informaţii pe care le impun, noile media au o puternică influenţă asupra acestui proces. Când

243 *Instructional Design în Technical Areas,* ACER Press, 1999, p. 4.

citim o carte, robinetul informaţiilor picură în mod regulat şi îl putem regla prin ritmul lecturii. Prin concentrarea asupra textului, putem transfera toate sau o parte din informaţii, degetar după degetar, în memoria de lungă durată, şi să construim o mulţime de asociaţii, esenţiale pentru elaborarea unor scheme. Cu Internetül ne aflăm în faţa a numeroase robinete de informaţii, care curg cu un debit maxim. Şi în timp ce noi alergăm de la un robinet la altul, micul nostru degetar dă pe afară, şi nu putem transfera decât o mică parte din informaţii în memoria de lungă durată, iar ce reuşim să transferăm nu este altceva decât un amestec de stropi scurşi din felurite robinete, şi nu un flux continuu şi coerent, care provine dintr-o singură sursă.

Informaţiile care trec în memoria noastră de lucru la un moment dat sunt ceea ce se numeşte „încărcare cognitivă”. Atunci când această încărcare depăşeşte capacitatea noastră mintală de stocare şi tratare a informaţiilor – când apa se revarsă din micul nostru degetar –, nu mai suntem în stare să reţinem informaţii sau să stabilim legături cu cele deja depozitate în memoria de lungă durată. Nu putem transpune noile informaţii în scheme. Aptitudinea noastră de învăţare este diminuată, iar înţelegerea noastră rămâne superficială. Experienţele au arătat că, atunci când atingem limitele memoriei noastre de lucru, ne este mai greu să facem o distincţie între informaţiile pertinente şi superflue. Devenim

consumatori neinteligenţi de simple date.

Dificultăţile de a înţelege un subiect sau un concept se arată a fi „puternic determinate de încărcarea memoriei de lucru, scrie Sweller, şi cu cât materialul pe care încercăm să-l înţelegem este mai complex, cu atât este mai grea amenda pe care o aplică o minte supraîncărcată". Sursele posibile ale unei supraîncărcări cognitive sunt numeroase, dar, după Sweller, cele mai importante sunt două: rezolvarea unor probleme exterioare şi dispersarea atenţiei. Aceste două cauze se întâmplă să fie de asemenea două dintre principalele caracteristici ale Internetului în calitatea sa de mijloace de informare.[244]

DISTRUGEREA CAPACITĂŢII DE ATENŢIE ŞI DE CONCENTRARE

Un alt efect negativ foarte grav produs de noile media asupra vieţii intelectuale este slăbirea şi, în anumite cazuri, distrugerea facultăţii de atenţie şi de concentrare.

Homo connecticus a devenit, în numeroase cazuri, incapabil să dea dovadă de o atenţie susţinută, de concentrare, pentru a da astfel activităţilor sale continuitatea necesară eficacităţii lor. După cum notează Raftaele Şi- mone,

244 Această analiză a studiului lui Sweller şi raportarea sa la utilizarea Internetului este împrumutată din N. CARR, *Internet rend-il bete?,* Ro- bert Laffont, Paris, 2010, pp. 177-181.

[z] *Pris dans la Toile. L'esprit au temps du Web,* Gallimard, Paris, 2012, p.25.

„mcdiasfera duce la predominarea inconstanţei în raport cu concentrarea, a fragmentării în raport cu continuitatea.

Atenţia şi concentrarea sunt strâns legate: concentrarea reclamă atenţie, iar atenţia presupune concentrare. Atenţia constă în fixarea şi concentrarea gândirii pentru un anumit timp, într-una dintre operaţiile sale (percepţie, imaginaţie, memorizare, reflecţie...) asupra unui anumit obiect. Atenţia, ca una care implică concentrare, se opune distragerii şi dispersiei; ca una care implică o fixare, se opune inconstanţei şi instabilităţii; ca una care impune o anumită durată de manifestare a ei, se opune manifestării instantanee; ca una care pune în lucrare o singură activitate, se opune realizării simultane a mai multor activităţi.

Or, toate noile media, prin modul lor de funcţionare şi utilizare, implică tot ce se opune atenţiei. După cum am remarcat deja din destul, ele se caracterizează printr-un flux necontenit, eminamente mobil şi instabil de texte, imagini şi sunete. Atunci când multe dintre ele sau dintre funcţiunile lor sunt folosite simultan (de exemplu, calculatorul şi telefonul, sau, pe calculator, staţia de lucru şi poşta electronică), această instabilitate nu priveşte doar la modul intern fiecare dintre aceste dispozitive, ci ţine de trecerea de la unul la altul. E de la sine înţeles că multiplele semnale pe care le transmit (succesiune de imagini la te-leviziune, soneria telefonului, alerte de mailuri,

SMS-uri, mesajele de pe Twitter, evenimentele de pe Facebook, ştirile pe fluxurile RSS la care suntem abonaţi...) sau numeroasele oferte de „excursii” pe care le propun (zaparea prin telecomandă pentru televiziune, *link-mi* pentru Internet) constituie surse permanente de distragere a atenţiei; acestea, atunci când nu împiedică cu totul atenţia, îi stopează procesul, abătând-o de la obiectul asupra căruia se îndreaptă.

Anumite motive, pe care le-am enunţat anterior (nevoia de a scăpa de singurătate sau de plictiseală, căutarea permanentă de noutăţi), îi mână pe utilizatorii de Internei sau de telefoane inteligente să nu se mărginească la semnalele de avertizare, ci să pornească ei înşişi necontenit în căutarea de noi mesaje.

Pentru *homo connecticus* devine tot mai greu să dispună de porţii de timp îndeajuns de lungi pentru a-şi fixa atenţia şi a se concentra, pentru că el este supus unei lumi de solicitări, interne şi externe, pe care nu le stăpâneşte, cu întreruperi aproape permanente, şi pentru că timpul de care dispune nu mai e durata sub formă de secvenţe temporale relativ lungi, ci o succesiune eterogenă de momente.

În sfârşit, *multitasking-\A* – realizarea simultană a mai multor activităţi, utilizând mai multe media (de exemplu, scriem un mail sau consultăm Internetul în timp ce dăm telefoane) sau unul dintre ele (operaţii multiple într-o aceeaşi secvenţă de timp pe Internet) – se opune exigenţei

fundamentale impusă de atenţie, şi anume dedicarea conştiinţei (cu diversele sale funcţii) unei singure activităţi; în mod inevitabil, el fie divizează atenţia, mai puţin pentru că face din ea două părţi mai mici, cât pentru că o sileşte să facă un du-te-vino rapid între două activităţi, ceea ce o lipseşte pe fiecare dintre ele de partea de atenţie acordată celeilalte; lucrul acesta, per ansamblu, implică un deficit de atenţie faţă de toate activităţile, pentru că nu i se mai acordă nici uneia durata de care are nevoie pentru a se exercita deplin.[245] La toate acestea se adaugă faptul că o parte din atenţia globală este folosită la gestionarea procesului însuşi de *multitasking* (modul de trecere de la o sarcină la alta, uitarea celei precedente şi adaptarea la cea următoare), fiind aşadar prelevată din atenţia dedicată conţinutului însuşi al acestor sarcini. Un alt efect negativ al *multitasking-xAm* asupra atenţiei, care priveşte conţinutul însuşi al gândirii, este faptul că cei care s-au obişnuit cu modul acesta de a lucra sunt mai uşor distraşi de stimulii ambientali lipsiţi de importanţă şi se lasă atraşi cu uşurinţă de orice se întâmplă în jurul lor.[246] [247]

245 Privind efectul de dispersare al *multitasking-v|.xx|* şi urmările vătămătoare asupra atenţiei, a se vedea în special R. CASAŢI, *Contre le colonialisme numérique,* Albin Michel, Paris, 2013, pp. 99-100.

246A se vedea E. OPHIR, C. NASS, A.D. WAGNER, «Cognitive control în media multitaskers », *Proceedings of the National Academy of Sciences,voî.* 106, nr. 37,2009, pp. 15583-15587.

247 O corelaţie clară se manifestă deja între timpul petrecut în faţa televizorului în perioada copilăriei şi deficitul de atenţie observat în adolescenţă ţa se vedea C.E. LANDHUIS,

Atenţia este în mod fundamental o facultate – adică o capacitate – înnăscută a omului, dar, la fel ca memoria (şi spre deosebire de percepţie, care este în mare parte spontană), ea se dezvoltă prin practică şi se atrofiază când nu este exersată.

Fenomenele de dispersare şi distragere permanentă cauzate sau favorizate de ambianţa mediatică împiedică la copii formarea atenţiei şi constituirea obişnuinţei de a fi atenţi şi de a se concentra, şi distrug la adulţi capacităţile de atenţie şi concentrare pe care le-au dobândit."

Se poate obiecta desigur că a privi o emisiune de televiziune cere un minimum de atenţie pentru a-i urmări „firul", şi că utilizarea Internetului reclamă o mult mai mare

>

atenţie (la funcţiile de navigare, la ecran şi la conţinut), şi de aceea folosirea lui îndelungată este atât de obositoare. Această obiecţie este pertinentă doar parţial (cu excepţia ultimului argument, căci oboseala este cauzată într-adevăr de fluxul de date şi de dispersare, mai mult decât de atenţia încordată). Dar pentru a măsura valoarea şi limitele atenţiei, tot aşa cum am deosebit două tipuri de memorie (cea de scurtă şi cea de lungă durată), trebuie să deosebim două tipuri de atenţie: o atenţie pasivă şi o atenţie activă.

R. POULTON, D. WELCH, R.J. HAN- cox, «Does Childhood Télévision Viewing Lead to Attention Pro- blems în Adolescence ? Results from a Prospective Longitudinal Study », *Pediatrics,* 120, 2007, pp. 532-537).

Atenţia pasivă nu este un început al atenţiei active, nici o parte din ea, nici un sprijin pentru ea: dimpotrivă, i se opune. Cum bine se vede în cazul televiziunii, atenţia pasivă captează întreaga atenţie şi o captivează, în sensul concret al termenului (este de altfel unul dintre scopurile canalelor de televiziune, care dispun pentru aceasta de tehnici foarte elaborate[248]), nelăsând în nici un fel loc pentru atenţia activă.

Chiar dacă utilizatorul de Internet nu este, ca telespectatorul, pasiv în faţa unui ecran în care îi este impus un flux de imagini, dar el contribuie puternic, atât intelectual (prin alegerile pe care le face), cât şi fizic (prin mişcarea degetelor) la definirea conţinutului acestora, o parte din atenţia sa activă este amputată prin aceste procese; şi, de altfel, dă dovadă de atenţie pasivă atunci când se lasă captivat de imaginile, secvenţele video, sunetele şi legăturile care populează paginile. De unde şi paradoxul identificat de Nicolas Carr: „Utilizarea Internetului comportă numeroase paradoxuri, dar cel care asigură un impact major, pe termen lung, asupra modului nostru de a gândi este acesta: Net-ul nu ne atrage atenţia decât pentru a o dispersa.”

Pierderea capacităţii de atenţie sau slăbirea ei produc prejudicii serioase în pregătirea şcolară a copiilor. Ele se petrec chiar la şcoală, unde

248A se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La verite scientifique sur Ies effets de la televition,* ed. a 2-a, J’ai Lu, Paris, 2013, pp. 87-89.

învăţătorii şi profesorii constată dificultatea din ce în ce mai mare a copiilor de a se concentra, şi, în mod contrar, tendinţa crescândă de a fi

agitaţi şi de a se agita, lucru vizibil încă de când au început să fie utilizatori dinamici ai noilor media (televiziune, apoi jocuri video, apoi calculatoare, tablete şi telefoane inteligente). Fenomenul de hiperactivitate care se constată din ce în ce mai mult la copiii din noile generaţii (şi care, în unele ţări, ca Statele Unite sau Germania, este considerat drept o boală care se tratează în mod masiv cu medicamente, ca Ritaline), trebuie să fie în mare parte pus pe seama folosirii intense a noilor media.

Slăbirea capacităţii de atenţie este de asemenea dăunătoare pentru adulţi, în ceea ce priveşte timpul dedicat muncii şi calitatea acesteia.

Statisticile arată că o parte importantă din timpul de muncă este răpită de activitatea pe noile media, o activitate care este departe de a fi întotdeauna de natură profesională; s-a ajuns până într-acolo încât a trebuit ca unele companii să ia măsuri de interzicere a trimiterii de mailuri personale, a folosirii telefoanelor mobile şi a consultării internetului în alte scopuri decât cele profesionale, la locul de muncă.

Starea de distragere permanentă pe care o implică noile media prin solicitările lor influenţează calitatea muncii, care devine mai puţin eficace, mai superficială, şi creşte riscul comiterii de erori.

Consecinţele pot fi grave atunci când aceste

erori sunt comise de persoane care lucrează cu maşini-unelte, de conducătorii de vehicule sau de persoane care se ocupă de îngrijirea bolnavilor sau a vârstnicilor. În 2009, *New York Times* a consacrat o serie de articole accidentelor provocate de şoferi distraţi, care, în timp ce conduceau, vorbeau la mobil. Ea s-ar putea prelungi cu uşurinţă printr-o altă

serie, consacrată fenomenului denumit de americani *distracted doctoring* (care s-ar putea traduce prin „îngrijire medicală lipsită de atenţie"). Un articol din acelaşi ziar[249] se îngrijora recent pe această temă, dând diverse exemple, între care acela al unui neurochirurg care purta conversaţii telefonice personale prin intermediul unui dispozitiv portabil, în timp ce opera; al unor anestezişti care navigau pe site-uri extra-profesionale, pe calculatorul din blocul operator, în timpul operaţiilor; al unei asistente care îşi cumpăra bilete de avion folosindu-şi iPhone-ul în cursul unei intervenţii; al unor medici şi asistente care-şi consultau sau trimiteau mailuri în timp ce intubau un pacient; al unor specialişti în tehnica medicală – peste 50%, potrivit unui sondaj realizat pe un eşantion de 439 persoane – care telefonează sau scriu SMS-uri în timpul efectuării unui by-pass cardio-pulmonar în cursul operaţiilor de chirurgie cardiacă. Pentru multe cadre medicale, *multitasking-vX* este un lucru obişnuit, iar medicii în vârstă constată că tinerii lor confraţi pot fi mai distraţi, pentru că s-au deprins să fie conectaţi în permanenţă. „Sentimentul meu profund este că

249M. RICHTEL, «AS Doctors Use More Devices, Potenţial for Distraction Grows», *New York Times* din 14 decembrie 2011. A se vedea şi P. BUSCELL, «DO Electronic Devices în Health Care Present New Risks for Patient Safety ?», *Plexus Institute,* 15 decembrie 2011; R. BUCKWAL- TER-POZA, «Treat, Don't Tweet: The Dangerous Rise of Social Media în the Operating Room», *Pacific Standard. Politics & Law, Business & Economics, Health & Behavior, Nature & Technology,* 16 aprilie 2014.

vieţile pacienţilor sunt în pericol”, declara doctorul Papadakos, care a publicat recent în revista *Anesthesiology News* un articol referitor la „distragerea electronică”, pe care el o numeşte un „coşmar digital”.[250]

250PJ. PAPADAKOS, «Electronic Distraction: An Unmeasured Variable în Modern Medicine », *Anesthesiology News,* 37, noiembrie 2011.

FRAGMENTAREA ŞI DESTRUCTURAREA GÂNDIRII

Unele dintre efectele cele mai catastrofale ale folosirii noilor media sunt fragmentarea şi destructurarea gândirii, efecte care sunt în mare parte consecinţa procesului de dispersare pe care tocmai l-am descris.

Televiziunea, prin fluxul său de imagini diverse, pe care realizatorii îl fac din ce în ce mai rapid, Internetül, prin suita de pagini care, fiecare, conţin o multitudine de surse de distragere, diversele media la care suntem conectaţi în acelaşi timp şi *multitasking*-|i| (trecerea de la un dispozitiv din media la altul, sau de la un element la altul în cadrul aceluiaşi dispozitiv) provoacă o dispersare permanentă a gândirii, care duce la pierderea unităţii şi coerenţei sale, odată câştigate, sau, în cazul tinerilor, care încă nu şi le-au însuşit, o împiedică să le dobândească. înainte chiar de a afecta aceste calităţi, toate cele spuse mai sus duc la pierderea continuităţii în gândire, dându-i forma unui soi de *patchwork* alcătuit din materiale, forme şi culori diverse, ale cărui elemente eterogene nu sunt nici măcar cât de cât însăilate.

Folosind o comparaţie din domeniul muzical, am putea spune despre gândirea utilizatorilor de Internet că sfârşeşte prin a adopta un ritm de staccato, corespunzător felului în care ei parcurg

paginile de pe Net[251], şi forma unei suite de note care nu mai alcătuiesc o melodie, care şi-a pierdut orice frazare şi orice legato.

251 Cf. N. CARR, *Internet rend-il bétel,* Robert Laffont, Paris, 2010, p. 26.

MODIFICAREA STRUCTURII ŞI A FUNCŢIONĂRII CREIERULUI

Teza eseului semnat de Nicholas Cart, *Internet rend-il béte?,* este tocmai faptul că Internetül şi noile media au modificat profund felul nostru de a gândi şi că această modificare a început să se înscrie în însăşi structura şi funcţionarea creierului nostru. înainte de a aborda problema Internetului, autorul consacră un lung capitol înfăţişării modului în care a evoluat concepţia ştiinţifică despre creier, trecând de la ideea, dominantă multă vreme, a unei structuri solide şi stabile, chiar imuabile în starea adultă, la ideea, pusă în evidenţă începând cu anii ’70 ai secolului trecut, a unei structuri suple şi plastice, inclusiv la vârsta maturităţii.[252]

> De fiecare dată când efectuăm o activitate sau când avem o senzaţie, fie că sunt fizice sau mintale, în creierul nostru se activează un ansamblu de neuroni. Dacă sunt apropiaţi, aceşti neuroni se unesc unii cu alţii prin schimbul de neurotransmiţători sinaptici [...]. Pe măsură ce se repetă aceeaşi experienţă, legăturile sinaptice între neuroni se consolidează şi se multiplică [...]. Ceea ce învăţăm în timpul vieţii se montează în mintea noastră prin conexiunile celulare în perpetuă schimbare. Lanţurile de neuroni aflaţi în legătură constituie adevărate „căi vitale” pentru mintea noastră. Oamenii de ştiinţă au rezumat dinamica esenţială a plasticităţii neuronale printr-

252 *Op. cit.,* pp. 39-63.

o expresie cunoscută sub numele de legea lui Hebb: „Celulele care se activează între ele se cablează între ele.”[253]

Astăzi, continuă Carr, începe să se risipească ceaţa care ascundea interacţiunea dintre tehnologie şi minte. Recen- tele descoperiri referitor la neuroplasticitate [...] ne spun că instrumentele folosite de fiinţa umană pentru a susţine sau a prelungi sistemul său nervos – toate aceste tehnologii care au influenţat de-a lungul istoriei modul în care noi găsim, stocăm şi interpretăm informaţiile, modul în care ne dirijăm atenţia şi ne mobilizăm simţurile, modul în care ne amintim şi în care uităm – au modelat structura fizică şi funcţionarea minţii omeneşti. Folosirea lor a întărit anumite circuite nervoase şi a slăbit altele, a consolidat anumite caracteristici mintale, iar pe altele le-a făcut să dispară.[254]

Printre noile tehnologii, cele ale noilor media legate de Internet au contribuit în mod sigur la remodelarea structurii şi a modului de funcţionare a creierului uman, pentru că folosirea lor ocupă un timp considerabil în viaţa omului modern, îi mobilizează în mod activ diferitele sale facultăţi psihice şi intelectuale, şi o parte din facultăţile corporale (senzaţii, mişcări ale membrelor superioare), şi implică fenomene repetitive pe plan mintal şi pe plan motor. Carr scrie pe acest subiect:

Un lucru este foarte clar: dacă, cunoscând ce

253 *Ibid.,pp.* 54,51-52, 57.
254 *Ibid.,* p. 79.

> ştim azi despre plasticitatea creierului, doriţi să inventaţi un dispozitiv media care să cableze circuitele noastre mintale cât se poate de repede şi complet, veţi sfârşi probabil prin a concepe ceva care ar semăna foarte mult cu Internetül şi care ar funcţiona ca el. Iar aceasta, nu doar pur şi simplu pentru că avem tendinţa de a folosi Net-ul în mod regulat, sau chiar obsesiv, ci pentru că Net-ul produce exact acei stimuli senzoriali şi cognitivi – repetitivi, intensivi, interactivi şi adictivi – despre care s-a demonstrat că alterează puternic şi rapid circuitele şi funcţiile creierului.[255]

Ştiind că creierul nostru se modifică de manieră sub)
stanţială Ia nivel fizic şi funcţional de fiecare dată când dobândim o nouă competenţă, putem să ne imaginăm repercusiunile pe care le au asupra lui activităţile ce ţin de noile media, care, repetate de nenumărate ori în fiecare zi, sfârşesc prin a echivala cu milioane de şedinţe de antrenament: creierele noastre vor fi evident „remodelate masiv printr-o astfel de expunere”.[256]

De notat faptul că asupra creierului nostru se repercutează la nivel neurologic nu doar ceea ce facem utilizând noile media, ci şi ceea ce nu facem în timpul pe care acestea ni-l răpesc. Nicholas Carr explică astfel:

> După cum neuronii care se activează între ei se cablează între ei, cei care nu se activează între ei

255 *Ibid.,* p. 168.
256 M. Merzenich, citat de N. CARR, *op. cit.,* p. 173.

nu sunt cablaţi între ei. în termeni de timp, cu cât parcurgem mai mult pagini pe Net, cu atât mai puţin citim cărţi; cu cât schimbăm mai mult mesaje şi texte de mai mulţi octeţi, cu atât mai puţin compunem fraze şi paragrafe; cu cât sărim mai mult de la un *link* la altul, cu atât mai puţin reflectăm şi meditătm în linişte; din acest motiv, circuitele care servesc aceste vechi funcţii şi aceste activităţi intelectuale desuete slăbesc şi încep să se distrugă. Creierul reciclează neuronii şi sinapsele care nu mai sunt folosite şi le repartizează altor activităţi mai presante. Noi dobândim noi competenţe şi noi perspective, dar le pierdem pe cele vechi.[257]

Cu siguranţă, nu creierul defineşte conţinutul gândirii, ea avându-şi izvorul în mintea omenească. însă în starea actuală a alcătuirii omeneşti, sufletul şi corpul sunt legate între ele şi interacţionează. Forma gândirii noastre

257 *Ibid.,pp.* 173-174.

contribuie la modelarea creierului nostru, care, la rândul lui, prin sistemele de conexiuni care s-au format în el prin modurile obişnuite de a gândi, de a acţiona sau de a reacţiona, orientează gândirea în modurile sale de funcţionare.

Fluxul de informaţii diverse şi eterogene produs de noile media, multitudinea de solicitări care distrag şi dispersează facultăţile intelectuale în activitatea lor, care slăbesc atenţia şi reduc concentrarea, noua modalitate de a se citi în diagonală, de a scrie telegrafic, toate acestea imprimă în creier moduri de funcţionare uzuale, pe care el, la rândul său, le provoacă în reacţiile pe care *homo connecticus* le are în mod spontan nu doar într-un acelaşi context, ci şi în diversele situaţii din existenţa sa *offline,* pe care ele le marchează aşadar tot atât de profund.

Noile media sfârşesc prin a institui un om nou, lucru de care sunt foarte conştiente marile corporaţii mediatice, ca Google, care contribuie la finanţarea cercetărilor în cadrul curentului transumanist.

XIII

SĂRĂCIREA VIEŢII SPIRITUALE[5]

„Numai atunci când vom izbuti să le captăm atenţia, putem spera să le cucerim inima şi mintea” (Eric Schmidt, preşedintele consiliului de administraţie Google)

Noile media au generat de asemenea o sărăcire a vieţii spirituale, pe de o parte pentru că ele iau din ce în ce mai mult locul religiilor şi al spiritualităţii tradiţionale, pe de altă parte pentru că au alterat şi în parte au distrus condiţiile interne şi externe care favorizează exercitarea şi dezvoltarea vieţii spirituale.

IVIREA UNEI NOI RELIGII

Nu scapă nimănui faptul că mediasfera a devenit tărâmul unor noi spiritualităţi şi chiar al unor noi religii, în ideea că noile media sunt în stare să înfiinţeze o nouă lume şi un om nou – un ideal comun tuturor religiilor.

Adoptarea noilor media de către popor

constituie obiectul unui adevărat apostolat, mai presus de voinţa negustorilor de a-şi vinde aparatele, soft-urile şi diversele aplicaţii, sau de grija statelor pentru dinamizarea economiei; ea corespunde ideii că utilizarea noilor media are toate virtuţile necesare pentru dezvoltarea personală a individului şi ameliorarea coeziunii sociale, că ea contribuie puternic la starea de bine şi la bunăstarea naţiunilor. După cum prezenţa aparatelor de televiziune în toate casele a fost privită ca un progres al civilizaţiei, tot aşa folosirea generalizată a calculatoarelor, accesul tuturor la Internet de la cea mai fragedă vârstă, faptul că toţi locuitorii planetei pot avea un telefon mobil, sunt considerate mari progrese. Noile media sunt prezentate drept condiţia *sine qua non* pentru împlinirea şi fericirea omului modern, ca unele ce deschid porţile către un viitor plin de făgăduinţe în ceea ce priveşte crearea unui om cu însuşiri amplificate („augmente”, în fr.; *enhanced,* în engleză).

Unul dintre autorii care au evidenţiat cel mai bine caracterul religios al noilor media este sociologul Philippe Breton, în eseurile sale *L’Utopie de la communication*^ şi mai ales *Le Culte de l'Internet.* În introducerea la acesta din urmă, el scrie:

> Marea înflăcărare pentru Internet se desfăşoară într-o atmosferă care se arată a fi cu adevărat aceea a unei noi religiozităţi, care devine tot mai clară pe măsură ce ne apropiem de

cercurile celor mai înfocaţi prozeliţi.[258] [259]

Caracterul religios al noilor media a fost remarcat şi de alţi autori. Armand Mattelart constată o dimensiune religioasă în exaltarea „satului planetar" de către Marshall McLuhan.[260] Ignacio Ramonet priveşte ca ameninţătoare evoluţia tehnologiilor de comunicaţie către un „mesianism mediatic".[261] David Le Breton stabileşte o legătură între religiozitatea pe care o constată în cybercultură şi gnosticismul primelor veacuri.[262] Mark Dery punctează relaţiile care există între cybercultură americană şi mişcarea spiritualistă New Age.[263] Pierre Musso îşi prezintă astfel critica referitor la reţele: „Se întronează o nouă zeitate, o divinitate tehnicistă, Internetül nefiind altceva decât una dintre luminoasele ei epifanii, şi anume Reţeaua. Chipul reţelei se impune pretutindeni spre o nouă vrăjire a vieţii de zi cu zi şi spre o interpretare nouă a lumii contemporane. Obiect fetiş pentru cultul contemporan al mişcării, al trecerii şi al conexiunii, reţeaua leagă prezentul şi viitorul." Potrivit acestui autor, marile reţele actuale sunt

258 *L' Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»*, La Decouverte, Paris, 1997.

259 *Le Culte de [Internet. Une menace pour le lien social?,* La Decouverte, Paris, 2000, p. 6.

260 *Histoire de tutopie planétaire. De la cite prophétique à la société globale,* La Découverte, Paris, 1999.

261 *La Tyrannie de la communication,* Gallimard, Paris, 2004, pp. 37-38.

262 *LlAdieu au corps,* Mécaille, Paris, 1999.

263 *Vitesse virtuelle. La cyberculture aujourd'hui,* Abbeville, Paris, 1997.

„catedralele moderne în care e celebrată trecerea"; ele nu se mai înalţă la cele cereşti, ci fac teatru ba din trecerea spre o lume mai bună ce va să vină, ba din punerea perpetuă în mişcare a timpului prezent".[264] Philippe Breton notează la rândul său o anumită continuitate între noua spiritualitate – în care vede un „cult non-deist" – şi gnosticismul, maniheismul, dualismul, contra-cultura anilor '60 (marcată de curentele spirituale ale Extremului Orient, rein- terpretate de mişcarea New Age), şi teologia lui Teilhard de Chardin care, preconizând desfiinţarea separării dintre fiinţele umane, acordă o mare valoare noosferei[265] („învelişul gânditor al planetei").

în celebrul său eseu *Internet rend-il bête?,* Nicholas Carr consacră un capitol „Bisericii Google"[266] [267] [268] şi, ulterior, numeroase articole au subliniat legăturile strânse pe care le întreţine cel

264 *Critique des réseaux,* PUF, Paris, 2003.

265 *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?,* La Découverte, Paris, 2000, pp. 76-83.

266 *Op. cit.,* pp. 211-247. Este vorba despre dimensiunea religioasă a Google şi nu despre „Biserica Google" care a fost înfiinţată de curând în Canada (şi recunoscută de stat) şi care consideră Google drept dumnezeu şi îl venerează, recunoscându-i următoarele atribute divine: 1. Google este atoateştiutor. 2. Google este omniprezent. 3. Google răspunde la toate rugăciunile (adică la întrebările adresate în bara de căutare). 4. Google este în mod potenţial nemuritor. 5. Google este infinit. 6. Google îşi aduce aminte de toţi. 7. Google nu doreşte şi nu poate să facă rău. 8. Google este mai căutat şi mai iubit decât alţi dumnezei. 9. Google este singurul dumnezeu a cărui existenţă e dovedită.

267Houghton Mifflin, Boston, 1950.

268 Deux-Rives, Paris, 1952 [tr. rom., *Cibernetica sau ştiinţa comenzii şi comunicării la fiinţe şi maşini,* Ed. Ştiinţifică, Bucureşti, 1966 – *n. trad.].*

mai important gestionar al Internetului şi alte noi media cu mişcarea transumanistă, a cărei dimensiune religioasă este evidentă.

Philippe Breton arată cum caracterul religios al noilor media era deja foarte vizibil încă de la începuturile informaticii, numită pe atunci cibernetică, în opera pe care a dezvoltat-o Norbert Wiener începând din 1942, în special în celebrul său eseu *The Human Use ofHuman Beings*[1], care populariza lucrările sale anterioare, tradus în limba franceză sub titlul *Cybernétique et société'.* Wiener propune aici recunoaşterea comunicării drept valoare centrală pentru om şi societate, în jurul căreia se organizează o viziune asupra lumii globală şi unificată. Noţiunea de entropie joacă în această viziune a sa un rol esenţial: lumea tinde spre o dezordine maximă, care ameninţă omul însuşi şi legătura socială pe care comunităţile o stabilesc între ele. Wiener vede aici nu doar o formă a răului, ci un efect al acţiunii diavolului. După el, numai comunicarea este în măsură să contracareze această tendinţă. Omul nu-şi poate afla mântuirea decât devenind un om care comunică, iar dispozitivele de comunicare îi sunt necesare pentru împlinirea acestui proiect; din acest motiv, ele sunt bune pentru că se opun răului. Omul nou al lui Wiener nu-şi mai exprimă valoarea prin activitatea sa individuală, ci printr-o activitate de schimb social. După Wiener, omul nu poate fi înţeles decât dacă este privit drept fiinţă care comunică. Philippe Breton vede în această

concepţie a lui Wiener despre o nouă societate şi un om nou care se naşte din biruinţa binelui (comunicarea) asupra răului (entropia) nu o pură utopie, ci o veritabilă teologie fondatoare a unei antropologii cu caracter religios.[269] [270]

Noua religie gândită de Wiener nu s-a impus, iar noţiunea de entropie pe care se întemeia sistemul acestei religii este astăzi uitată. Dar Wiener a profetizat corect locul central pe care avea să-l ocupe comunicarea în viitor, invadând rapid toate domeniile existenţei umane, atât sociale, cât şi personale: economie, politică, cultură, ştiinţe, literatură, educaţie, religie, muncă, momentele de răgaz... El a profetizat de asemenea ivirea lui *homo communicans,* definit în întregime prin conexiunile sale şi devenit aşadar totodată un *homo connections,* care-şi închină o mare parte din timpul şi energia sa unui cult nou, riturilor lui, legate de folosirea noilor media, în special a Internetului şi a reţelelor de socializare.

De zeci de ani, cărţi întregi şi o mulţime de articole nu încetează să slăvească virtuţile noilor media în termeni profetici şi mistici. Se poate cita ca un exemplu tipic lucrarea filosofului canadian Pierre Lévy, *Wbrld Philosophie*[1].

Lumea cea nouă instituită de noile media este înfăţişată ca o lume ideală, pacificată şi unificată, în care toţi oamenii sunt tot mai bine informaţi şi

269 *L'Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»*, La Decouverte, Paris, 1997, pp. 15-37,49-58.

270 *Editions Odile Jacob,* Paris, 2000.

tot mai conştienţi, aşadar mai inteligenţi, care stabilesc între ei relaţii dintre cele mai bune, fără separări ori graniţe, şi fac din lume un mare sat plin de „prieteni”, iar din omenire, o adevărată familie.

în continuarea noilor media şi în mod particular a obiectelor conectate, se desfăşoară proiectul unui om nou, eliberat de limitele sale actuale, reprogramat şi „cu însuşiri amplificate” graţie tehnicilor din genetică, bionică, robotică şi informatică, care îl secondează şi-l completează, dotat cu o memorie nelimitată şi cu o inteligenţă artificială hiperperformantă, un om înălţat la însuşirile divine ale atotputerniciei (asupra sa şi asupra mediului înconjurător), nestricăciunii şi nemuririi.

Promotorii „amplificării umanului” *Qouman enhancement)* şi ai mişcării transumaniste[271] în care ea se înscrie provin în mod evident din cybercultura americană a anilor ’80 şi beneficiază de puternica susţinere ideologică şi financiară a marilor corporaţii care dezvoltă informatica, Internetül şi obiectele conectate, în special Google şi filialele sale. S-a subliniat nu doar caracterul religios al acestei mişcări, înscris deja puternic în cultura nord-america- nă, ci şi aspectul său sectar, unit cu o voinţă totalitară de extindere mondială şi de influenţă exercitată asupra statelor şi

2710 bogată bibliografie privind cele două mişcări se găseşte în articolul lui N. LE DÉVEDEC şi F. Guis, «L’humain augmente, un enjeu social», *SociologieS,* 19 octombrie 2013.

cetăţenilor (după cum arată de exemplu The World Transhumanist Association, înfiinţată de Dávid Pearce şi Nick Bostrom, devenită Humanity-1-).

O RELIGIE FĂRĂ ETICĂ

Să nu credem însă că noua religie este o întreprindere filantropică şi dezinteresată. Nestricăciunea şi nemurirea făgăduite de ea nu sunt haruri (daruri), ci pur şi simplu produse: firmele care finanţează aceste proiecte au în mod evident în vedere comercializarea mijloacelor pe care ele socotesc că le găsesc pentru ameliorarea sănătăţii oamenilor şi prelungirea vieţii lor. Mântuiţi au să fie cei care vor avea bani să le cumpere, damnaţi, cei care n-au să aibă. De aceea, unii sunt deja îngrijoraţi de posibilitatea instaurării unei societăţi pe două nivele: al supra-oamenilor (oamenii *enhanced}* şi al sub-oamenilor (lipsiţi de avantajele obţinute de ceilalţi).

Noua religie nu are nici morală, nici etică: tot ce este din punct de vedere tehnic realizabil este îngăduit şi chiar vrednic de dorit, iar tot ce este rentabil din punct de vedere financiar este bun. Google şi-a luat drept deviză „Nu fiţi răi”, ceea ce dovedeşte deja o distanţare de problema binelui. Iar cât priveşte răul, acesta nu mai constituie o preocupare pentru companie. Eric Schmidt, fost director general şi preşedinte al consiliului de administraţie Google, referitor la această deviză, declara cu cinism: „Când am venit la Google, mi-

am spus că e cea mai stupidă regulă din lume, pentru că nici o carte nu vorbeşte despre rău, în afară de Biblie sau alte cărţi de soiul acesta."

UN NOU CULT

În Statele Unite, unde s-au dezvoltat cel mai mult – şi de unde pornind gândesc să cucerească lumea –, asociaţiile transumaniste se înfăţişează în mod evident ca surogate *{ersatz)* ale creştinismului, în pofida caracterului lor ateu şi umanist. Pentru că regăsim aici mai cu seamă idealul desăvârşirii creştine formulat în doctrina patristică, şi al îndumnezeirii omului[272], dar înainte de aceasta, idealul unui „om nou" menit să ia locul celui vechi, ceea ce corespunde cuvintelor Apostolului Pavel din Epistola sa către Coloseni (3, 9-10). Numai că aceste idealuri sunt transpuse din domeniul spiritual în cel material şi au drept împlinitori ai lor nu harul Atotputernicului Dumnezeu, ci forţa prometeică a omului secondat de tehnologiile pe care le-a conceput pentru a modifica natura.

într-o manieră mai modestă, noile media constituie obiectul unei venerări şi al unui cult vizibil încă de la începuturile lor, în articolele şi cărţile dedicate glorificării şi peaslăvirii lor.

272A se vedea studiul meu «La divinisation comme projet et modele chrétien du perfectionnement et de l'augmentation de l'homme», în Marc FEIX şi Karsten LEHMKUHLER (ed.), *Homme perfectible, homme augmente,* număr suplimentar al publicaţiei *Revue dethique et de théologie morale,* 286, 2015, pp. 181-197.

Cultul acesta nu este doar teoretic, de vreme ce în practică un mare număr dintre cei care le folosesc le acordă un loc central în viaţa lor (analog cu cel pe care 11 are sau s-ar cuvenit să-l aibă Dumnezeu în cadrul practicii religioase a credinciosului), le jertfesc din plin timpul şi forţele lor, de dragul lor renunţă la multe alte lucruri, asemănătoare în- tr-un fel cu o lepădare de lume, câteodată se lipsesc de hrană şi adeseori de somn, ce pare a fi înrudită cu asceza, cu ele îşi încep ziua şi cu ele o încheie, ca toţi credincioşii oricărei religii, care îşi fac rugăciunile lor de dimineaţă şi de seară.[273]

Adeseori, folosirea noilor media (mai ales Internetül) ia locul slujbelor religioase (până şi în unele cercuri monastice). Iar dezvoltarea utilizării noilor media în instituţiile ecleziastice (pe motiv de întărire a legăturilor sau de folosire a unor noi moduri de evanghelizare) consolidează o formă de viaţă spirituală virtuală, în detrimentul vieţii spirituale reale.

Un studiu ştiinţific recent a arătat că există o corelaţie între dezvoltarea noilor media şi pierderea ataşamentului faţă de religie, sau cel puţin faţă de practica religioasă, şi, în America de Nord şi în Europa, primul care are de plătit pentru lucrul acesta este creştinismul.[274] Există desigur şi

273Conform unor statistici recente (2015), 78% dintre francezi se conectează înainte de somn şi 75% imediat ce se trezesc.

274 A.B. DOWNEY, «Religious Affiliation, Education and Internet Use», arXiv: 1403.5534, 24 martie 2014.

alţi factori care explică îndepărtarea în lumea apuseană de creştinism, cum ar fi secularizarea, dezvoltarea materialismului şi a individualismului, ca şi slăbirea mesajului creştin care, în cea de-a doua jumătate a veacului al XX-lea, invocând o mai mare apropiere de oameni, s-a secularizat foarte mult, iar sub cuvânt de ecumenism s-a relativizat şi s-a lipsit de o parte din propria identitate. Dar forţa de atracţie, mobilizarea timpului şi capacitatea de distragere (în ceea ce priveşte activităţile tradiţionale şi lumea înconjurătoare) exercitate de către noile media îşi au şi ele partea lor de responsabilitate, de necontestat, în privinţa acestei înstrăinări de creştinism.

J

LIMITELE PRACTICII RELIGIOASE *ONLINE*

Toţi factorii sociali sunt prezenţi pe noile media. Ar fi fost, aşadar, cu neputinţă ca religiile să lipsească din peisaj. Pe de o parte, pentru că în felul acesta i-ar fi lăsat pe alţii să le ia locul, pe de altă parte, pentru că astfel s-ar fi lipsit de posibilitatea de a-şi transmite mesajul unei mari părţi din omenire, care azi e conectată la Internet.

După ce au fost prezente pe unele canale de televiziune (deşi de o manieră limitată), religiile au asaltat Net-ul – înfiinţând site-uri informative, bloguri şi spaţii de diverse discuţii –, dar şi telefoanele inteligente, prin intermediul diverselor aplicaţii.

Comunităţile religioase pot ajunge în felul

acesta nu doar la propriii membri, ci şi la persoanele conectate care dau de ele în mod întâmplător şi care altfel nu s-ar fi apropiat vreodată de ele. Internetül s-a arătat astfel ca un formidabil mijloc pentru religii de propovăduite şi misionarism. El s-a arătat de asemenea ca un mijloc de informare şi de obţinere de diverse resurse, şi deopotrivă ca Ioc de întâlnire şi schimb de opinii pentru persoanele izolate.

Dar entuziasmul promotorilor de Net într-un cadru religios se cuvine temperat prin mai multe observaţii, legate îndeosebi de anumite probleme şi anumite limite, semnalate deja în capitolele anterioare.

Orice administrator sau colaborator la un blog are în mod firesc tendinţa să plaseze acest blog în centrul Net-ului, uitând că de fapt, pentru un cititor potenţial, el este doar unul dintre cele aproape 200 de milioane de bloguri existente pe reţea, site-urile religioase numărând ele însele mai mult de un milion.

Privind doar la aceste site-uri sau bloguri religioase, se poate constata că nu numai toate religiile se află în concurenţă pe Net, dar de asemenea tot soiul de secte. Pentru unele dintre ele, Internetül a devenit un instrument de propagandă. Actualitatea recentă a arătat că site-urile islamiste, foarte bine concepute pentru îndoctrinare şi mani-

pulare, au reuşit să recruteze, pentru a-i face să se ducă să lupte în Orientul Mijlociu şi să-şi sacrifice viaţa, nu doar tineri musulmani aflaţi în căutarea unui ideal sau a unei poziţii radicale, ci şi tineri care nu au avut niciodată contact cu islamul, care pur şi simplu au dat în mod întâmplător pe Web de propagandişti convingători.

În general, sectele sunt mult mai prezente pe Net decât pe alte media, deoarece nu au deloc acces la toate celelalte, pentru că pe reţea exprimarea este deplin liberă şi lipsită de orice control, pentru că pot ajunge la un public infinit mai larg decât cel din preajma lor, în viaţa reală. Pe deasupra, membrii acestor secte desfăşoară pe Net un zel caracteristic pentru noii convertiţi, cum sunt ei cel mai adesea, cu o voinţă manifestă de prozelitism.

întâmplător, se poate da de câte un site religios de bună calitate, dar în general site-urile religioase clasice nu îi atrag decât pe cei deja mai mult sau mai puţin afiliaţi la religia pe care acestea o reprezintă. Chiar şi aşa, utilizarea acestor site-uri suferă de aceleaşi limitări semnalate anterior: citire rapidă, în diagonală şi superficială, împrăştierea minţii prin *link-un* şi imagini, şi o relaţie virtuală cu instituţia bisericească respectivă, un inconvenient deloc minor.

În ceea ce priveşte creştinismul, o Liturghie televizată sau care poate fi privită pe Internet, pentru o persoană izolată este un contact folositor

şi binefăcător, dar între virtualitatea secvenţelor video şi realitatea însăsi este o mare distanţă. Vizionarea rămâne o experienţă individuală, cu totul departe de experienţa comunitară proprie Liturghiei, care în limba greacă poartă numele de *synaxis,* adică adunare. Comuniunea dintre persoane şi comuniunea eu- haristică (împărtăşirea cu Trupul şi Sângele lui Hristos), ambele inerente Liturghiei, sunt de asemenea cu neputinţă de împlinit. Fără să mai punem la socoteală faptul că slujba este privită la nivel de producţie ca un spectacol şi că realizarea emisiunii de acest fel are imperfecţiunile (e drept, mai puţin accentuate) pe care le are în mod obişnuit difuzarea oricărui spectacol, între care schimbarea constantă a planurilor care îl plasează pe spectator în diferite perspective succesive şi îi dispersează concentrarea minţii.

UN SUBSTITUT GREŞIT AL SPOVEDANIEI

După cum am arătat, noile media au desfiinţat graniţa dintre viaţa privată şi cea publică şi au favorizat expunerea intimităţii până la impudoare, uneori involuntar, ca atunci când se discută la telefon cu voce tare într-un loc public, fie cu toată indulgenţa, când viaţa intimă şi trăirile sufleteşti sunt istorisite în mod detaliat pe bloguri şi pe forumurile de discuţie. Aceste spaţii au luat în multe cazuri locul canapelei psihanalistului, care, la rândul ei, a luat de multă vreme locul scaunului

de spovedanie.[275]

Această expunere a vieţii intime are desigur, în parte – pe plan psihologic –, un efect eliberator, dar care ţine mai curând de defulare[276] şi care, departe de a conduce la o distanţare de propria persoană, ca în cazul spovedaniei sau al psihanalizei, serveşte cel mai adesea la punerea ei în prim-plan, despre care Christopher Lasch a arătat că se integrează perfect în „cultura narcisismului", caracteristică pentru societăţile moderne.[277] La fel de bine s-ar putea spune că suntem departe de spovedania creştină, care constă în a-ţi vedea propriile greşeli, defecte şi lipsuri, cu rostul de a te căi de ele, adică de a-ţi schimba purtările, primind pe deasupra şi iertarea lor de către preot, care şterge greşelile din trecut şi dă tăria de a fi mai bun pe viitor.

În unele ţări (mai ales în Statele Unite) s-a

275 Să amintim că psihanaliza a cunoscut cea mai mare răspândire în ţările protestante, unde nu se practică spovedania.

276M. BERA şi E. MECHOUAN observă: „loc de evacuare permanentă, reţeaua absoarbe pulsiunile celor care se conectează pentru a flecari sub identităţi din cele mai ciudate. Participarea la «trib» asigură o psihanaliză de amatori şi defulează instinctele; mai mult, existenţa unei armate de confidenţi joacă rolul de supapă psihologică, favorizând calmarea stress-ului acumulat în timpul zilei. [...] Analiştii (în sensul psihanalist al termenului) nu ratează ocazia de a se năpusti pe calea deschisă de Sherry Turkle, pioniera a paginilor de tip «follow me» (urmează-mă). Terapia se face prin confesiune – ceea ce permite să se relativizeze caracterul pro-
277testant al Internetului în raport cu modelul catolic" *{La Machine Internet,* Odile Jacob, Paris, 1999, pp. 154-155).

'A se vedea secţiunea intitulată «Confession et anticonfession» în *La Culture du narcicissime,* Flammarion, Paris, 2008, pp. 45-50.

dezvoltat spovedania creştină *on line* sau la telefon, dar în afară de binefacerile aduse de faptul că persoana îşi deschide sufletul şi are parte de ascultarea preotului, acestei practici nu i se poate recunoaşte valoarea de Sfântă Taină pe care o are spovedania, care, ca orice Sfântă Taină, implică nu doar o relaţie reală, personală şi faţă către faţă cu preotul, ci şi rituri cu un absolut indispensabil caracter fizic şi material.[278]

O ÎNLOCUIRE A VERTICALULUI CU ORIZONTALUL

Am subliniat caracterul religios, în sens larg, al noilor media; este vorba însă de o religie fără de Dumnezeu şi de o spiritualitate fără de Duhul. Transumanismul el însuşi rămâne un umanism, întemeiat pe umanismul Renaşterii care l-a aşezat pe om în locul lui Dumnezeu, pe iluminismul veacului al XVIII-lea, care înlocuieşte datele Revelaţiei cu speculaţiile raţiunii, pe scientism, care vede în cunoaşterea ştiinţifică forma cea mai înaltă de cunoaştere, punându-şi nădejdea în descoperirile ştiinţifice pentru a asigura desăvârşirea omului şi fericirea umanităţii, şi, în fine, pe tehnicism, care

278 A se vedea scrierea noastră *La Vie sacramentelle,* Cerf, Paris, 2004, pp. 11-12. [tr. rom. de Marinela Bojin, în: JEAN-CLAUDE LARCHET, *Viaţa sacramentală,* Basilica, Bucureşti, 2015, pp. 11-12, – *n. trad.*|. A se vedea şi P. Patrick O'GRADY, «Réalité virtuelle et realite de la vertu: l'éthique des relations basées sur Internet», comunicare la Primul colocviu internaţional privind mediile digitale şi activitatea pastorală ortodoxă, Atena, 7-9 mai 2015.

face din evoluţia tehnică legea progresului uman.

Alain Finkielkraut notează pe drept cuvânt că, odată cu noile tehnologii, e vremea ca „lumea caracterizată prin reculegere şi verticalitate să se sfârşească, pentru a intra în- tr-o lume caracterizată prin deschidere şi orizontalitate”.[279]

Folosind Internetül, vedem într-adevăr cum Web-ul se întinde pe orizontală şi cum mişcarea spiritului este aici o mişcare de îndepărtare permanentă.

O TEHNOLOGIE CARE POARTĂ PECETEA „LUMII ACESTEIA”

Cum amintea recent părintele Constantin Coman, profesor la Facultatea de teologie din Bucureşti, noile media sunt un produs al lumii acesteia, şi sunt un teren propice pentru atitudini mundane, cum ar fi: distracţia, căutarea plăcerii, superficialitatea, uşurătatea, curiozitatea, vorba multă, vorbirea deşartă, adică toate acele lucruri de care fuge omul duhovnicesc, ce-şi caută concentrarea pe „singurul lucru care trebuieşte”[280] şi iubitor de cele profunde.

Noile media se caracterizează de asemenea printr-o tot mai sporită rapiditate, care este o caracteristică a lumii

279 A. FINKIELKRAUT şi P. SORIANO, *Internet, l’inquietante extase,* Miile et une Nuits, Paris, 2001, p. 44.

280 Comunicare la colocviul internaţional «Les nouveaux mediaş et la pastorale orthodoxe», Atena, 7-9 mai 2015.

moderne, spre deosebire de societăţile tradiţionale, care, dimpotrivă, cultivau lentoarea, legată de o concepţie contemplativă despre lume şi om.

Această rapiditate e însoţită de o mişcare neîncetată, de o permanentă căutare de schimbare, de instabilitate – caracteristice de asemenea pentru lumea modernă –, în opoziţie cu statornicia, durabilitatea, echilibrul cultivate de viaţa liturgică şi de spiritualitatea personală.

Dorinţa necontenită de schimbare (alta decât cea pe care o implică sporirea spirituală) nu-i un semn bun, ci unul rău, de permanentă insatisfacţie, de nemulţumire, de neîmplinite; când iubim, nu mai dorim nici o schimbare, ci mai degrabă vrem să rămânem pururea alături de ce ne este drag.

UN OM ŢINTUIT ÎN MATERIE ŞI ÎN PROPRIUL TRUP, PRIN INTERNET ŞI OBIECTELE CONECTATE

În mare parte conexiunile la Internet sunt legate de consumul de bunuri materiale, de unde interesul special acordat Internetului de comercianţi şi profiturile imense realizate nu doar de marile site-uri de vânzări, ci şi de site-urile care colectează, pentru a le revinde, date personale ce pot fi exploatate comercial. Noile media au dezvoltat spiritul de consum prin faptul că aduc în faţa fiecărei persoane, acasă la ea, şi o fac să le dorească, mult mai multe produse decât ar fi putut

ea să vadă şi să şi le dorească dacă ar fi mers într-un magazin. Internetül a devenit un instrument major în slujba unui cult, pe care un mare număr de filosofi îl denumesc de mai bine de o jumătate de secol „religia consumului”.[281]

în ce priveşte obiectele conectate, ele au orientat noile media către un cult al materiei şi al trupului. Mai întotdeauna e vorba aici de faptul că omului i se oferă o putere de la distanţă şi fără efort asupra obiectelor din jurul său. Multe dintre aceste obiecte conectate au şi o orientare sportivă sau au în vedere, după cum pretind, o stare de mai bine a trupului. De fapt, aproape întotdeauna ele sunt instrumente de monitorizare, menite să crească doar performanţele fizice, şi se înscriu în cultul trupului şi al juneţii, caracteristic pentru civilizaţia occidentală modernă, unde şi sportul a devenit o formă de religie.

COMUNICAREA,
SUROGAT AL COMUNIUNII

Noilor media li se atribuie calitatea de a înlesni prin mailuri, SMS-uri şi reţelele de socializare, relaţiile dintre oameni şi chiar de a stabili între ei – îndeosebi pe Facebook – legături de prietenie.

După cum s-a văzut, unul dintre ţelurile

281 A se vedea comunicarea noastră la colocviul internaţional «Orthodox Theology and the Sciences», Universitatea Sfântul Clement de Ohrida, Sofia, 26-29 aprilie 2011: «Patristic Views on the Nature and Status ofScientific Knowledge».

societăţii utopice imaginate de Wiener, într-o perspectivă aproape religioasă, era acela de a face din fiecare individ un om conectat cu semenii săi. Acest proiect pare că se leagă de cel al personaliştilor moderni care, atât în cadrul iudaismului (Buber, Levinas), al catolicismului (Mounier) sau al Ortodoxiei (Berdiaev, Yannaras, Zizioulas), pentru care persoana se defineşte ca o fiinţă aflată în relaţie, iar relaţia este singura sa modalitate de împlinire.

Dar, aşa cum am văzut într-un capitol precedent, relaţiile care se stabilesc prin intermediul noilor media sunt foarte superficiale, iar aşa-zişii „prieteni" de pe Facebook, stabiliţi printr-un simplu clic, nu sunt prieteni decât cu numele.

Peter Pilt subliniază riscul pe care îl prezintă reducerea aproapelui la aceşti „prieteni" de pe Facebook sau Twitter, şi înlocuirea iubirii de aproapele, care implică întotdeauna un demers concret, eforturi şi sacrificii, printr-un „like" produs printr-un simplu clic pe butonul astfel denumit, creştinismul devenind din acest moment, potrivit expresiei autorului, un „clicktinism" [în engleză, „clickstianity"].[282] Pilt subliniază de asemenea riscul de a asimila activitatea *on line* pe reţelele de socializare cu viaţa spirituală. Un desen umoristic îi ilustrează spusele: un bărbat

282 «Social Media: Is it a Positive or Negative for a Persons Spiritual Journey ? An În-depth Analysis », *Peterpilt,* 25 martie 2013.

moare şi ajunge în cer. Dumnezeu îl întreabă: „Ce ai făcut cu viaţa ta?”, la care omul răspunde cu uimire: „Cum, n-ai citit mesajele mele de pe Twitter?”

Am arătat de asemenea că relaţiile stabilite prin noile media au o dimensiune virtuală, abstractă, fără de trupuri şi lipsită de substanţa, complexitatea, nuanţele şi întreaga bogăţie vizuală şi afectivă a relaţiilor concrete. Nici măcar conexiunile în care se văd fetele nu reusesc să ofere senti

mentul unei prezenţe reale, după cum dovedeşte în mod involuntar remarca pe care o fac adesea cei care comunică între ei pe Skype: „îmi lipseşti!”

în mod paradoxal, astfel de relaţii pot să se stabilească între indivizi izolaţi, care nu s-au întâlnit niciodată şi chiar deseori nici nu ar vrea să se întâlnească, din teama de a se expune sau de a nu fi dezamăgiţi.

Reţelele de socializare tind să înlocuiască comunităţi, 5
le reale cu comunităţi virtuale. Unii se felicită de această mutaţie[283], dar este evident că acestea nu pot avea prin însăşi natura lor nici substanţa umană, nici densitatea spirituală a comunităţilor reale.

Comunicarea a ajuns de fapt un surogat al comuniunii, care, în realitatea sa spirituală, se întemeiază pe părtă- şia la un acelaşi Trup şi un

283 A se vedea de exemplu J. RICE, *The Church of Facebook: How the Hyperconnected are Redifining Community,* David C. Cook, Colorado Springs, 2009.

acelaşi Duh, în sânul unei comunităţi concrete.[284]

RIVALITATEA DINTRE CONECTAREA LA MEDIA ŞI CONECTAREA LA DUMNEZEU

După cum arată faptele, conectarea la noile media îl distrage pe om de la conectarea cu Dumnezeu, care se săvârşeşte prin participarea la slujbele liturgice, pe de o parte, şi prin rugăciunea personală, pe de alta.

Am notat de multe ori faptul că noile media sunt deosebit de cronofage. Este cazul televiziunii, dar în mai mare măsură cazul Internetului care, mai cu seamă prin Zzw^-urile propuse, îl mână pe internaut să tot navigheze din ce în ce mai departe, îi captivează atenţia şi îl face să piardă noţiunea timpului. Oricare utilizator de Internet a trăit de multe ori experienţa unei căutări punctuale care, în principiu, n-ar fi trebuit să dureze decât câteva clipe, dar care în realitate s-a prelungit mult mai mult.

Avem de-a face cu un soi de concurenţă între aceste două conectări, în care conectarea la noile media câştigă cu uşurinţă, deoarece legătura cu Dumnezeu, oricât de

mare ne-ar fi dragostea pentru El, cere în mod inevitabil eforturi de desprindere de cele din jur, de propriile noastre gânduri – raţionamente,

284 înlocuirea de către noile media a comunităţii concrete cu o comunitate abstractă este subliniată de B.J. KALLENBERG, *Godand Gadgets: Fol- lowingjesus în a Technological Age,* Cascade Books, Eugene, 2011.

închipuiri, amintiri, dorinţe şi altele de acest fel –, cere aşadar o stare de vigilenţă şi de luare-aminte (asupra acestora vom reveni), în timp ce navigarea pe Internet se face cu atâta uşurinţă (este suficient să te laşi purtat de val) şi ne plonjează într-o lume plăcută, care răspunde permanent la dorinţele şi pasiunile noastre. Ea ne oferă pe deasupra sentimentul unei totale libertăţi, în vreme ce legătura cu Dumnezeu, cel puţin în cadrul unei practici religioase trăite cu deplină seriozitate, implică regularitate şi o permanentă disciplină.

Până şi mănăstirile, care au reuşit să scape de invazia televiziunii, rezistă cu greu la cea a noilor media. Tot mai mulţi monahi, din diverse motive, mai mult sau mai puţin îndreptăţite de funcţiile lor, dispun de un calculator. Tot mai mulţi au un telefon mobil, care astăzi a ajuns un instrument ce include toate celelalte media. într-o mănăstire cu viaţă de obşte, prin regula mănăstirească, este cu putinţă interzicerea sau limitarea folosirii noilor media mobile, însă monahii care trăiesc în singurătate nu pot fi supravegheaţi. Mulţi sihastri îşi petrec pe Internet o parte din timpul care ar trebui să fie consacrat rugăciunii, şi e mare numărul celor care se întorc prin mica fereastră a ecranului în lumea părăsită de ei prin uşa cea mare.

SURSE MULTIFORME DE TENTAŢII

Noile media implică toate tentaţia permanentă de a ne abate atenţia de la lucrul pe care îl avem

de făcut, dar şi de la aproapele nostru, de la propriul bine spiritual şi de la Dumnezeu Însuşi.

Internetül este o sursă permanentă de tentaţii, nu doar ca instrument folosit pentru a scăpa de plictiseală sau pentru a evada într-o lume virtuală, despre care se crede că oferă mai multă satisfacţie decât cea reală, ci ca usă deschisă spre toate obiectele dorinţelor şi pasiunilor noastre.

Caracteristic pentru tentaţii este că i se înfăţişează omului în mod spontan. Or, tocmai aşa se întâmplă în cazul În- ternetului, unde, prin intermediul textelor, foĂ-urilor şi mai ales al imaginilor, se ivesc nenumărate sugestii pe par-cursul navigării, adesea pe neaşteptate. Intr-adevăr, vânzătorii de produse care gestionează funcţionarea Internetu- lui organizează lucrurile de aşa manieră încât internautul să dea la tot pasul de tot ceea ce-i poate aţâţa poftele.

O PROVOCARE ŞI O HRANĂ PENTRU PATIMI

Dacă avem în vedere patimile fundamentale, cuprinse în lista stabilită de tradiţia creştină răsăriteană drept călăuză a omului pe calea sporirii duhovniceşti – gastrimargia sau lăcomia, avariţia sau iubirea de arginţi şi pofta sau dorinţa de a poseda cât mai mult (bani sau bunuri materiale), desfrânarea (sau alipirea de plăcerea trupească), mânia (în care sunt cuprinse feluritele forme de agresivitate), teama (în care se cuprind neliniştea şi angoasa), tristeţea, akedia (amestec

de nemulţumire, silă de tot şi de toate, lene şi nestatornicie), chenodoxia (vanitatea sau slava deşartă) şi mândria[285] –, putem constata că nu există nici una căreia noile media să nu-i poată răspunde, să n-o poată suscita, alimenta, să n-o poată întreţine sau să nu poată contribui la sporirea ei.

Lucrul acesta este deja adevărat când e vorba de televiziune. Ea oferă o abundenţă de programe cu conţinut violent[286], sexual[287] sau gurmand (de câtăva vreme, emisiunile dedicate bucătăriei şi bucătarilor, patiseriei şi patiserilor, ciocolatei, cofetăriei şi cofetarilor se tot înmulţesc şi se bucură 5 >5
de un real succes). Multiplicând reportajele pe tema consumului, televiziunea nu face decât să-i ţină pe telespectatori alipiţi de universul material în care acesta se dezvoltă. Delectându-i pe telespectatori cu reportaje despre viaţa celor înstăriţi, care trăiesc în lux, ea dezvoltă în ei aviditatea de a avea cât mai mult şi cât mai multe. Prin serialele şi filmele ce conţin o mulţime de scene violente, ea dezvoltă agresivitatea telespectatorilor.[288] Prin filmele violente de tip „horror" şi diverse reportaje în mod intenţionat

285 Pentru o descriere precisă a acestor patimi, a se vedea studiul nostru *Therapeutique des maladies spirituelles,* ed. a 6-a, Cerf, Paris, 2013 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale,* Sophia, Bucureşti, 2001 – *n. trad.}.*

286 Pentru o analiză precisă, a se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ed. a2-a,J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 247-262.

287 A se vedea *ibid.,* pp. 34-35,273-305.

288 A se vedea *ibid.,* pp. 289-305.

dramatice şi alarmiste, ea este un factor important în sporirea fricii, a neliniştii şi a angoasei.[289] Fenomenul este agravat de faptul că de mai multe zeci de ani televiziunea oferă un acces liber la sute de canale tematice, dedicate mai ales sexului, jocurilor, bucătăriei sau vanităţilor modei.

în ce priveşte Internetül, acesta cuprinde toate posibilităţile televiziunii şi pe deasupra oferă toate conţinuturile posibile şi imaginabile, sub formă de texte, sunete, fotografii şi secvenţe video. El permite cu uşurinţă utilizatorilor să dea curs oricărei tentatii, oferă un obiect oricărei dorinţe, extinderea oricărei imaginaţii, o dezvoltare oricărei fantasme, o hrană pentru orice patimă.

Am vorbit deja despre faptul că anumite site-uri se pretează la comportamente contrare respectului şi dragostei faţă de aproapele. Pe lângă site-urile dedicate bârfei şi calomniei (precum Gossip), chiar simplele forumuri şi alte spaţii de discuţii pe Internet au devenit adeseori loc de manifestare a aceloraşi năravuri, şi totodată de atacuri verbale, facilitate de folosirea aproape generalizată a pseudonimelor.

EXPUNEREA ŞI SUPRA-EXPUNEREA PROPRIEI PERSOANE: UN NOU TEREN DE EXERCITARE PENTRU IUBIREA DE SINE, SLAVA DEŞARTĂ SI MÂNDRIE

Televiziunea a dezvoltat puternic dorinţa de

289 A se vedea *ibid.,* pp. 305-317.

mediatizare, nu doar la personajele din viaţa publică (actori, cântăreţi, oameni politici), ci şi la inşi oarecare, fascinaţi de notorietatea pe care o poate aduce simpla participare la o emisiune de tip *reality show.*

Internetül, prin mijlocirea site-urilor You Tube şi Facebook, permite oricărui ins să-şi prezinte mulţimii de internauţi filmul faptelor şi spuselor sale cele mai banale, sau să se facă remarcat prin tot felul de purtări extravagante, „isprăvi" dintre cele mai absurde, chiar suicidare.

Reţele de socializare (Facebook, Twitter etc.), dar şi forumurile şi blogurile deschise discuţiilor favorizează în mod general etalarea şi chiar supra-etalarea propriei persoane. Mulţi internauţi se descriu pe ei înşişi în acţiuni dintre cele mai banale, comunică într-un limbaj necontrolat tot felul de impresii, sentimente şi gânduri de-ale lor de moment, îşi expun prin filmuleţe video şi poze viaţa lor personală şi familială, fără nici o pudoare sau reţinere. Este aici deopotrivă dorinţa de a atrage atenţia celorlalţi asupra sa şi o manifestare de narcisism (aspect evocat deja). Una dintre exprimările majore ale acestui narcisism este moda *selfie:* persoana se fotografiază pe ea însăşi cu telefonul mobil, fie pentru a se contempla ca într-o oglindă, fie pentru a-şi posta apoi fotografia pe reţelele de socializare spre a fi văzută de toţi. E de mirare că postarea acestor fotografii sau fişiere video pe reţelele de socializare se numeşte în jargonul mediatic „a şerui" *(share),* adică a oferi şi

altora prilejul de a se bucura de ele, când în fond e vorba de un demers egoist, care ţine de vanitate şi orgoliu. Această atitudine se accentuează în etapa următoare, care constă în evaluarea succesului acestor „şeruiri", când se numără câte „like-uri" („îmi place") au produs.

Ceea ce la copil se arată ca o formă de învăţare (conştientizarea existenţei sale personale), la adult este în schimb expresia unui narcisism primar care nu a fost depăşit, pe care, cu mult înainte de Freud, sfinţii asceţi ai creştinismului răsăritean l-au identificat şi l-au descris sub numele de „filautie" – sau iubire egoistă de sine[290] –, privind-o ca patimă fundamentală şi maică a tuturor celorlalte patimi, ca şi a vanităţii şi orgoliului, care derivă direct din ea, şi acestea patimi foarte grave. în cazul de faţă, ele sunt şi mai pernicioase, pentru că îşi iau drept mască noţiunile de „comunicare" şi „împărtăşire cu ceilalţi", care le oferă un fals aspect altruist.

Orgoliul şi vanitatea sunt aici întărite de etapa de după numărătoarea plină de satisfacţie a „like-urilor", când în- ternautul se făleşte cu faptul că este în stare să strângă mai mulţi *followers* (pe Twitter), mai multe „like-uri" şi mai mulţi aşa-zişi prieteni (pe Facebook) decât oricare altul.

290A se vedea I. HAUSHERR, *Philautie, de la tendresse pour soi à la charité selon saint Maxime le Confesseur,* Roma, 1952, şi studiul nostru *Thérapeutique des maladies spirituelles,* 6' ed., Cerf, Paris, 2013, pp. 151-157 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale,* Sophia, Bucureşti, 2001, pp. 124-128 – *n. trad.].*

Cei de pe Facebook au tendinţa de a oferi o imagine a lor prin care nu vor doar să se pună în valoare, ci să-şi acorde o încă şi mai mare valoare, ştergând ca şi cu o gumă defectele şi îngroşând calităţile sau atribuindu-şi calităţi pe care nici gând să le aibă.

Lucrul acesta are urmări rele nu doar pentru ei, ci şi pentru alţii, care, în raport cu aceste imagini supra-va- lorizate, despre care nu-şi dau seama cât de neadevărate sunt, se pot simţi oameni de nimic. Psihologii au constatat chiar că lucrul acesta este o sursă de depresie, ceea ce se leagă întru totul de spusele sfinţilor asceţi, potrivit cărora vanitatea şi orgoliul sunt izvor de tristeţe şi akedie (două stări apropiate de ceea ce azi numim depresie[291]).

Noile media s-au cuibărit într-adevăr în cultura occidentală modernă, pe care Christopher Lasch o califică drept „cultura narcisismului[292]; dar totodată ele au contribuit puternic la dezvoltarea acestei culturi într-un mod opus culturii creştine, care este o cultură a umbririi de sine (prin modestie şi smerenie) şi a preţuirii celuilalt (prin caritate şi iubirea aproapelui).

O SURSĂ INEPUIZABILĂ DE DISTRACŢIE ŞI DIVERTISMENT

După cum am arătat în capitolul precedent,

291 A se vedea pe acest subiect studiul nostru *Therapeutique des maladies mentales,* ed. a Il-a, Cerf, Paris, 2007, pp. 101-132 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor mintale,* Sophia, Bucureşti, 2008, pp. 126-136 – *n. trad.*].

292 *La Culture du narcissime,* Flammarion, Paris, 2008.

noile media sunt o sursă de distracţie şi divertisment la un nivel nemaiîntâlnit până acum, deoarece le oferă în mod permanent şi nelimitat. Mai înainte, cine voia să se distreze trebuia să facă un demers de natură fizică şi psihologică, care implica deplasare şi costuri. Acum, televiziunea şi Internetül aduc în casa omului şi-i oferă o nesfârşită mulţime de posibilităţi, care nu cer nici un efort pentru a fi exploatate. în plus, sistemul de comunicare legat de Internet şi de smartphone – mailurile, SMS-urile, MMS-urile, mesajele de pe Twitter, alertele pe Facebook etc. – îl solicită în permanenţă pe *homo connecticus,* îndepărtându-l de sine însuşi şi de Dumnezeu, şi îndreptându-l către tot felul de obiecte exterioare, virtuale sau (semi-)reale, dar oricum mundane.

NIMICITORI AI ISIHIEI

Noile media sunt factori de destructurare a ceea ce tradiţia duhovnicească a creştinismului răsăritean numeşte > > 3 *isihia,* trăită fireşte în deplinătatea ei de monahi, dar necesară câtuşi de puţin pentru orice viaţă duhovnicească temeinică. *Isihia* este un mod de viaţă care implică solitudine, linişte exterioară şi calm lăuntric (sau cum spun Sfinţii Părinţi: însingurare, liniştire dinspre cele din afară şi pace lăuntrică). Acestea trei sunt indispensabile pentru viaţa duhovnicească, îndeosebi pentru una dintre activităţile ei esenţiale: rugăciunea neîmprăştiată, săvârşită cu lua- re-aminte şi cu trezvie.

Or, solicitările permanente ale noilor media

(care se manifestă prin diverse semnale vizuale sau sonore) şi obişnuinţa celor mai mulţi dintre cei conectaţi de a răspunde imediat la ele sunt incompatibile cu întemeierea şi păstrarea *isihiei,* nu numai timp îndelungat şi în mod deplin, dar nici pentru scurtă vreme.

ÎNLOCUIREA STABILITĂŢII LĂUNTRICE CU UN NECONTENIT FLUX ŞI O PERMANENTĂ TULBURARE,

Isihia este de asemenea o stare de stabilitate lăuntrică, care este totodată o cerinţă a rugăciunii şi un efect al ei. Pe o treaptă mai înaltă, viaţa duhovnicească ţinteşte către pacea lăuntrică, care nu înseamnă doar absenţa oricărei tulburări de natură psihologică sau intelectuală, ci şi absenţa tulburării de natură spirituală, la care se ajunge prin stingerea patimilor (ţelul dintâi al vieţii ascetice, într-o etapă a vieţii duhovniceşti pe care tradiţia duhovnicească a creştinismului răsăritean o numeşte *praxis).*

Dar şi până la înălţarea la această treaptă, vieţuirea duhovnicească cere şi cultivă o stabilitate a vieţii, iar pentru aceasta acordă o mare importanţă ritmicităţii, care este rod al unei discipline şi contribuie la strunirea puterilor sufleteşti şi mintale.

Noile media produc efecte care sunt la opusul acestei stări. După cum am văzut, folosirea lor este adeseori rezultatul unei nelinişti, pe care o sporesc şi mai mult, sau al unei insatisfacţii pe

care utilizatorul lor caută să o compenseze printr-o căutare necontenită de noutăţi. Ele antrenează toate facultăţile sufleteşti într-un flux constant, rapid, dezordonat şi incoerent. în fine, prin conţinutul lor ele trezesc adesea dorinţe, produc temeri, întreţin şi sporesc patimi, care sunt tot atâtea forme şi surse de tulburare pentru suflet.

ÎN LOC DE RECULEGERE, ÎMPRĂŞTIERE

Viaţa duhovnicească implică de asemenea ceea ce se numeşte în mod tradiţional reculegere, capacitatea adică de a readuce puterile sufleteşti din risipirea lor în afară, de a le aduna în sine, pentru ca astfel, unite, să poată fi consacrate legăturii cu Dumnezeu, săvârşită prin cugetarea la cele dumnezeieşti şi sfinte şi prin rugăciune. în pregătirea pentru rugăciune, reculegerea este etapa care precede concentrarea.

Or, după cum am arătat, noile media împing facultăţile omului spre o mişcare cu totul opusă: o permanentă ieşire în afară şi o împrăştiere în mulţimea de solicitări eterogene, care fărâmiţează sufletul, aşa încât omul lăuntric îşi pierde unitatea şi identitatea sa.[293]

Noile media dezvoltă în mod considerabil două efecte ale păcatului strămoşesc[294]: 1) pierderea unităţii lăuntrice a facultăţilor omeneşti, mai

293A se vedea M.B. CRAWFORD, *The WorldBeyond YourHead: On Becoming an Individual în an Age ofDistraction,* Farrar, Straus & Giroux, NewYork, 2015.

294 Denumit „originar” în tradiţia apuseană.

înainte unite în cunoaşterea lui Dumnezeu şi în împlinirea voii Sale, şi împrăştierea lor în cele simţuale, în reprezentările lor (gânduri, amintiri, imagini...) sau în dorinţele şi patimile stârnite de ele; 2) divizarea, sfâşierea şi împrăştierea lăuntrică ce rezultă de aici[295], aşa încât firea umană cea una „s-a tăiat în nenumărate părticele", după cum spune Sfântul Maxim Mărturisitorul[296]. Mintea, spun iarăşi sfinţii asceţi, se află atunci într-o stare de permanentă împrăştiere[297], nu încetează să plutească, să bântuie şi să rătăcească de colo-colo[298]; ea se află într-o stare de agitaţie permanentă[299] [300], opusă liniştii profunde de care se bucura în activitatea sa contemplativă

295 A se vedea de exemplu SF. MAXIM MĂRTURISITORUL, *Questions a Thalassios,* Introduction, SC 529, pp. 135-139 [tr. rom., Sfântul Maxim Mărturisitorul, *Răspunsuri către Talasie,* în *Filocalia,* voi. 3, EIBMO, Bucureşti, 2009, pp. 33-39 – *n. trad.*|-, SF. VASILE CEL MARE, *Epistole,* II, 2 [tr. rom., Sfântul Vasile cel Mare, *Epistole,* II, 2, în *PSB,* voi. 12, pp. 117-119 – *n. trad.*|, CALIST şi IGNATIE XANTHOPOL, *O sută de capete,* 23 [tr. rom., *Cele o sută de capete ale lui Calist şi Ignatie Xanthopol,* 23, în *Filocalia,* voi. 8, EIBMO, Bucureşti, 1979, pp. 64-65 – *n. trad.*|.

296 *Loc. cit.,* p. 137.

297 A se vedea între alţii SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. III), XXV, 5,4.

298 Cf. SE. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), IV, 4 [tr. rom., Sfântul Macarie Egipteanul, *Omilii duhovniceşti,* IV, 4, în *PSB,* voi. 34, Bucureşti, 1992, p. 100 – *n. trad.]:* SF. ISAAC ŞIRUL, *Cuvântări ascetice,* 68 [tr. rom., Sfântul Isaac Şirul, *Cuvinte despre sfintele nevoinţe,* în *Filoca- lia,* voi. 10, EIBMO, Bucureşti, 1981, pp. 346-348 – *n. trad.].*

299 Cf. CALIST şi IGNATIE XANTHOPOL, *O sută de capete,* 19, 23, 24, 25 [tr. rom. cit., pp. 60-61, pp. 64-65, pp. 66-68 – *n. trad.].*

300SF. MACAtie EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), XXXI, 6 [tr. rom. cit., p. 235 – *n. trad.].*

originară. Gândurile sale, mai înainte concentrate şi unificate, se revarsă şi curg, multe şi felurite, într-un şuvoi necontenit, devin confuze şi nestatornice', se dezbină şi se împrăştie[301] [302], risipindu-se pretutindeni', târând şi fărâmiţând întreaga fiinţă a omului odată cu ele. Sfântul Maxim Mărturisitorul poate astfel vorbi despre „vagabondarea sufletului printre chipurile şi formele văzute ale celor sensibile”[303], căci sufletul devine multiplu după chipul multiplicităţii sensibile pe care în mod paradoxal el însuşi a creat-o şi care de fapt nu este decât o iluzie produsă de faptul că nu mai este în stare să sesizeze unitatea obiectivă a făpturilor, necunoscând legătura lor cu Dumnezeu cel Unul, prin obârşia şi ţelul lor.

Şi pentru că mintea se dispersează şi se divide în mulţimea de gânduri produse de ea şi de senzaţiile pe care le urmează, toate facultăţile, trase când într-o parte, când în alta, şi pe deasupra distrate de toată această mulţime de patimi, se exercită în direcţii multiple şi adesea divergente, care fac din om o fiinţă divizată la

301 Cf. NICHITA STITHATUL, *Trei sute de capete,* 2; 6; 19 [tr. rom., Cuviosul Nichita Stithatul, *Cele trei sute de capete despre fire şi cunoştinţă,* III, 12; 16; 19, *în Filocalia,* voi. 6, EIBMO, Bucureşti, 2011, pp. 351-352, p. 353 şi p. 354 – *n. trad.].*

302 SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), VI, 3 [tr. rom. cit., p. 122 – *n. tradd],*

303 *Mystagogia,* XXIII, PG 91, 697C [tr. rom., SFÂNTUL MAXIM MĂRTURISITORUL, *Mystagogia...,* EIBMO, Bucureşti, 2000, p. 36 – *n. trad.}.*

toate nivelele.

Acest proces al căderii omului, descris de Părinţii Bisericii primelor veacuri, continuă astăzi într-un mod accelerat cu sprijinul noilor media, care, prin multiplicitatea şi rapiditatea sugestiilor lor, multiplică obiectele materiale care atrag simţurile şi toate facultăţile omului, multiplică dispersarea şi divizarea care rezultă din faptul că diversele sale facultăţi îşi investesc în toate acestea întreaga putere.

URMĂRILE NEGATIVE ASUPRA VIGILENŢEI (TREZVIEI) ŞI ATENŢIEI, DOUĂ EXIGENŢE FUNDAMENTALE PENTRU VIAŢA DUHOVNICEASCĂ

Chiar dacă se situează într-o altă perspectivă decât cea a Părinţilor Bisericii, Matthew Crawford, într-un eseu recent, a văzut în această distragere „păcatul originar al spiritului” şi a subliniat că, din contra, atentia este una dintre facultăţile cele mai preţioase ale omului, care contribuie nu doar la eficacitatea diverselor sale activităţi, dar şi la realizarea unităţii sale interioare şi la păstrarea identităţii sale în raport cu lumea exterioară.

Consideraţiile filosofice şi psihologice ale lui Crawford merg în sensul avertismentului din *Deuteronomul* (4, 9: „Decât numai păzeşte-te şi îţi fereşte cu îngrijire sufletul tău”), al sfatului de multe ori dat de Hristos apostolilor, de a priveghea *{Matei* 24, 42; 25, 13; 26, 41; *Marcu* 13, 33, 37; 14, 38; *Luca* 21, 36), şi al îndemnurilor apostolilor

înşişi *{Fapte* 20, 31; *I Corinteni* 16, 13; *I Petru* 5, 8). Ele merg de asemenea în sensul celor stabilite de multă vreme de tradiţia isihastă, care reprezintă forma cea mai elaborată a spiritualităţii ortodoxe: atenţia este esenţială pentru eficacitatea şi progresul vieţii duhovniceşti. Sfântul Petru Damaschin afirmă chiar: „Fără atenţie şi fără privegherea minţii e cu neputinţă să ne mântuim şi să ne izbăvim de diavol, care umblă răcnind ca un leu, căutând pe cine să înghită."[304] Numai cu luare-aminte la sine, într-o permanentă atitudine de trezvie *{nepsis)* pentru a se feri de cugetele rele (între care sunt şi cugetele care distrag atenţia), cu luare-aminte la Dumnezeu în rugăciunea nefurată şi nerisipită de gânduri care nu se lasă distrasă, poate creştinul să stabilească o legătură solidă şi rodnică cu Dumnezeu, care îi permite totodată să se zideascâ duhov- niceşte, unindu-se cu Dumnezeu cel Unul. Sfântul Nichi- ta Stithatul scrie: „Până ce ne împărţim între gândurile nestatornice şi legea trupului stăpâneşte în noi şi e susţinută de noi, suntem sfâşiaţi în multe părţi şi depărtaţi de la unitatea dumnezeiască, nefiind îmbogăţiţi de ea."[305]

304 *Sur la garde de l'intellect,* în *Philocalie des Pères neptiques,* trad. fr„ voi. 2, Abbaye de Bellefontaine, Begrolles-en-Mauges, 1980, p. 67 [tr. rom., PETRU DAMASCHIN, *învăţături duhovniceşti,* cap. *Este cu neputinţă să se mântuiască cineva pară atenţie amănunţită şi pară paza minţii,* în *Filocalia,* voi. 5, EIBMO, Bucureşti, 2011, ed. a 2-a, p. 67 – *n. trad.}.*

305 *Trois centuries, pratique, physique et gnostique,* III, 18, în *Philocalie des Peres neptiques,* trad. fr., vol. 4, Abbaye de Bellefontaine, Begrolles-en-Mauges, 1982, p. 127 [tr. rom. cit., p. 354 – *n. trad.}.*

Noţiunile de vigilenţă (trezvie) şi atenţie (luare-aminte) sunt cele care revin cel mai des în *Filocalie,* o antologie alcătuită în Grecia veacului al XVIII-lea de Sfântul Nico- dim Aghioritul şi Sfântul Macarie din Corint (şi adaptată în Rusia de Sfântul Paisie Velicikovschi, apoi de Sfântul Teofan Zăvorâtul), care cuprinde textele cele mai semnificative pentru viaţa duhovnicească ale Părinţilor din veacul al IV-lea până în veacul al XlV-lea, care a devenit o referinţă majoră pentru spiritualitatea ortodoxă. În mod semnificativ, titlul complet al acestei culegeri este *Filocalia Părinţilor neptici* (adică veghetori), iar unele scrieri clasice ale spiritualităţii isihaste includ de altfel cuvântul „trezvie" sau cuvântul „luare-aminte" în titlul lor, ca, de pildă, tratatul *Despre rugăciune, trezvie şi paza inimii* al Sfântului Nichifor din Singurătate[306], *Capetele despre trezvie* ale Sfântului Isihie de Batos[307], sau foarte cunoscuta *Metodă a Sfintei rugăciuni şi atenţii,* odinioară atribuită Sfântului Simeon Noul Teolog.[308] După cum arată Sfântul Nichifor din Singurătate, noţiunile de atenţie

306 în *Philocalie des Peres neptiques,* tr. fr„ voi. 10, Abbaye de Bellefontaine, Begrolles-en-Mauges, 1990, pp. 39-53 [tr. rom. în *Filocalia* sau culegere din scrierile Sfinţilor Părinţi, care arată cum se poate omul curăţa, lumina şi desăvârşi, voi. 7, EIBMO, Bucureşti, 1977, pp. 12-32 – *n. trad.].*

307 *Ibid.,* voi. 3, 1981, pp. 15-82 [tr. rom., Isihie Sinaitul, *Scurt cuvânt de folos sufletului şi mântuitor despre trezvie şi virtute,* în *Filocalia,* voi. 4, EIBMO, Bucureşti, 2010, ed. a Il-a, pp. 54-108 – *n. trad.}.*

308 În I. HAUSHERR, *La Methode d'oraison hesychaste,* Roma, 1927, pp. 54-76 [tr. rom. cit., în *Filocalia,* voi. 8, pp. 528-540 – *n. trad.}.*

(prosokhe), de veghere *{nepsis},* de trezvie (o altă conotaţie a cuvântului *nepsis)* şi de isihie sunt foarte apropiate şi desemnează în fond una şi aceeaşi atitudine.[309]

309 «Luarea-aminte, au spus unii dintre sfinţi, este supravegherea minţii; alţii, paza minţii; alţii, iarăşi, trezvia; alţii liniştea minţii. Dar toate acestea arată unul şi acelaşi lucru" *(op. cit.,* p. 50) [tr. rom. cit., în: *Filocalia,* voi. 7, p. 24 – *n. trad.}.*

XIV

TERAPII SI PROFILAXII[5]

„Să rupem legăturile lor şi
să lepădăm de la noi jugul
lor” *{Psalmul 1,* 3)

Scopul acestei lucrări este îndeosebi acela de a pune un diagnostic pentru diferitele patologii generate de noile media, pentru a-i face astfel conştienţi de amploarea acestui rău pe cei orbiţi cu totul de exaltarea de care e însoţită necontenita lor dezvoltare şi care nu încetează de a se manifesta în jurul lor. A cunoaşte formele răului şi cauzele lui este, după cum se ştie, o etapă esenţială în procesul de vindecare.

Analizele precedente vor ajuta în mod sigur la o salutară distanţare. Se va fi înţeles, credem, că în parte abţinerea, şi în parte normarea (autolimitarea) utilizării noilor media constituie esenţialul terapeuticii şi profilaxiei care trebuie folosite pentru a ne feri pe cât se poate de efectele lor negative.

Abţinerea totală este în mod sigur soluţia ideală, iar pentru aceasta ar trebui să militäm pentru ivirea unei alte societăţi, a unei alte lumi, de vreme ce, din tot ce am spus, reiese limpede că dezvoltarea noilor media s-a produs de o manieră invazivă la scara unei civilizaţii devenite mondiale,

care are drept principii mitul progresului şi supravalorizarea tehnicii, drept scop, creşterea nelimitată a profitului, iar drept factori activi, companiile multinaţionale a căror putere este superioară celei pe care o deţin statele. Dar, având în vedere dinamica dezvoltării actuale, orizontul unei schimbări de paradigmă este încă îndepărtat. Lumea noastră este organizată în aşa fel încât abţinerea totală de la folosirea noilor media este foarte dificilă. Realismul obligă la un compromis, care constă în abţinerea de la folosirea de media care nu sunt indispensabile şi în limitarea folosirii acelor media pe care ni le impune modul nostru de viaţă (îndeosebi condiţiile de muncă). Această pretenţie poate părea modestă, dar dacă din ce în ce mai mulţi indivizi acţionează în acest sens, se poate pune măcar un început bun pentru descreşterea/diminuarea/ declinul dorită. Când nava se scufundă, nimeni nu stă să se gândească ce bine ar fi ca marea să fie mai liniştită sau vaporul mai rezistent, ci cum să scape cu viaţă el şi cei dimpreună cu el; şi numai după ce ajungem teferi la mal, ne putem face planuri măreţe.

în acest ultim capitol nu vom face aşadar altceva decât să propunem câteva soluţii simple şi practice.

CUM SE POATE VINDECA DEPENDENŢA

La mulţi utilizatori ai noilor media s-a instalat o dependenţă, fie faţă de toate tipurile de media, fie

faţă de un tip anume (televiziune, Internet, telefonie mobilă...), fie o dependenţă de anumite lucruri la care se ajunge prin intermediul lor (jocuri, pornografie, cumpărături de tot felul care devin o manie...).

Câteodată această dependenţă nu mai este percepută ca atare de cel supus ei, pentru că s-a întipărit în existenţa lui ca mod de viaţă. I se dezvăluie ca dependenţă fie pentru că familia sau prietenii, care au de suferit de pe urma ei, îi atrag atenţia, fie pentru că persoana însăşi are de suferit de pe urma ei, şi social (prin perturbarea legăturilor cu ceilalţi), şi psihic (din cauza impulsurilor irepresibile, a frustrărilor pe care le îndură etc.), şi fizic (din cauza oboselii şi epuizării nervoase pe care i-o produce).

în funcţie de gradul de dependenţă, trebuie administrate tratamente diferite.

RECURSUL LA PSIHOTERAPIE

După cum am văzut, dependenţa de noile media este similară cu dependenţa de drogurile clasice. E necesară, aşadar, în cazurile cele mai grave, o psihoterapie sub îndrumarea unor psihiatri specializaţi în adicţie.[310] Sprijinul lor este cu atât

310 A se vedea între alţii K.S. YOUNG, «Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment», în L. VANDECREEK şi T. JACKSON (ed.), *Innovations în Clinical Practice: A Source Book,* vol. 17, 1999, pp. 19-31; ID., «CBTIA: The First Treatment Model for Internet Addiction *», Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly,* 25, 2011, pp. 304-

mai necesar în cazul în care persoanele dependente au atins starea de *burn-out,* care se manifestă printr-o epuizare fizică şi psihică intensă, dar adeseori şi printr-un sindrom depresiv.

Pentru că fenomenul a luat amploare şi tratamentele cazurilor grave impun o îngrijire permanentă şi intensivă, pe perioade relativ lungi şi într-un cadru izolat, de câţiva ani, în SUA şi în China, unde problema e mai amplă decât în Europa, au început să se înfiinţeze clinici specializate în „dezintoxicarea" persoanelor puternic dependente de noile media, similare cu cele existente pentru dezintoxicarea alcoolicilor sau a drogaţilor.[311]

Principiul de bază al dezintoxicării este sevrajul, adică privarea de orice contact cu noile media, în condiţii de supraveghere. Privarea totală se poate realiza brusc, de la bun început, deoarece – spre deosebire de dependenţa de drogurile clasice – în acest caz ea nu este însoţită de reacţii fizice nedorite. în Statele Unite s-au înmulţit în

312; Y. KHAZAAL, C. XIROSSAVIDOU, R. KHAN, Y. EDEL, F. ZEBOUNI, D. ZULLINO, «Cognitive Behavioral Treatments for 'Internet Addiction'», *The Open Addiction Journal,* 5, 2012, pp. 30-35; Dr. M. HAUTEFEUILLE şi D. VELEA, *Les addictions à Internet,* Payot & Rivages, Paris, 2014; Dr. A.-M. SERGERIE, «Cyberdépendance. La dependance aux médias sociaux et à la technologie mobile», *Psychologie Quebec,* 31,2014, pp. 41-43.

311 De exemplu la Daxing, în sudul Beijingului, un centru specializat a primit din 2006 aproape 6000 de tineri dependenţi de jocurile video (a se vedea «La desintox â marche forcee», *Le Courrier international,* nr. 1261, l-7 ianuarie 2015, p. 31).

ultimii
> >
ani mărturiile despre cazuri de persoane dependente care au apelat la un asemenea tratament, pe o durată care poate merge de la o lună Ia un an.

Trebuie totuşi înţeles faptul că dependenţa de Internei şi de alte noi media, ca şi dependenţa de toate celelalte droguri, „mai înainte de a deveni o problemă, pare a fi o soluţie", pentru că ea răspunde unor probleme existenţiale existente deja şi care trebuie tratate în primul rând, pentru că altfel terapia dependenţei riscă să nu aibă decât un efect provizoriu.

Aceste probleme existenţiale trimit cel mai adesea la raţiuni spirituale profunde, care îndreptăţesc aşadar o terapeutică duhovnicească.

CÂTEVA PRINCIPII DE REGLARE PENTRU CAZURILE MAI PUŢIN GRAVE

Toate formele de dependenţă faţă de noile media nu sunt într-atât de grave încât să fie nevoie de spitalizare sau de psihoterapie. Voinţa fermă de a reduce această dependenţă sau pur şi simplu de a se feri de gravele prejudicii semnalate în capitolele precedente poate determina persoanele afectate să ia anumite măsuri de autoreglare a folosirii lor, pe care disciplina personală poate să le facă eficiente.[312]

312 Autodisciplina practicată în vederea îndepărtării de noile media sau a reducerii folosirii lor este promovată în Statele Unite sub denumirea de *self-binding* (autoconstrângere).

Întreruperi alefolosirii lor

Tot mai multe persoane intoxicate de noile media, care îşi dau seama Ia modul psihologic şi fizic că se află într-o stare neliniştitoare, au suficientă voinţă pentru a lua măsuri radicale; ele însele sunt cele care rup pentru un anumit timp orice legătură cu aparatele conectate. Găsim în ziare din ce în ce mai multe mărturii de retragere de lungă durată, care au condus la rezultate pozitive.[313]

Cei care, din motive profesionale mai ales, nu-şi pot permite întreruperi lungi, sunt sfătuiţi să facă întreruperi scurte, dar regulate, de cel puţin cinci zile, sistând în acest timp, în mod radical, toate formele de conectare. Lucrul acesta permite, în afara unui repaus psihic şi fizic, o regenerare şi o restructurare, cel puţin parţiale, a conexiunilor din creier slăbite şi deturnate de la funcţiile lor.

în Statele Unite, s-a stabilit o *Naţional Day ofUnplug- ging* (Ziua naţională de suspendare a conectării la media). Fireşte că o singură zi nu e de ajuns, dar cel puţin atrage atenţia în mod simbolic asupra necesităţii unei deconectări periodice.

Mai deosebit este faptul că, după modelul mişcării de abstinenţă sexuală, devenită foarte la modă peste ocean, s-au constituit grupuri de abstinenţi digitali[314], ai căror membri se susţin

313 A se vedea de exemplu D. RoBERTS, «Ma vie offline», articol din *Outside Magazine* tradus în *Le Courrier internaţional* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, pp. 26-28, 30.

314A se vedea C.N. CEP, «L'abstinence numerique, un

reciproc în eforturile lor de a se deconecta pe perioade mai scurte sau mai lungi.

Această *Digital detox,* legată la origine de o mişcare ivită în Statele Unite, în Silicon Valley, a fost adoptată de industria hotelieră: centrele de thalasoterapie şi hotelurile de tip spa[315] au adăugat în meniul lor sevrajul digital.[316]

Abţinerea de la folosirea dispozitivelor media care nu sunt în mod real indispensabile

Condiţionarea socială şi economică, conformismul şi mimetismul ambiant creează impresia că toate dispozitivele media sunt indispensabile, dar în realitate doar puţine sunt aşa. Sunt destule familii care trăiesc foarte bine fără televizor. Se poate trăi uşor şi fără Facebook sau Twitter. Unii abonaţi au renunţat la aceste reţele şi se simt

eliberaţi. în ceea ce priveşte alte media, ca Internetül sau telefoanele mobile, indispensabile pentru anumite operaţiuni administrative sau comerciale, se pot pune, într-un cadru privat, limite stricte de folosire a lor.

Relativizarea locului şi importanţei dispozitivelor media

în primul rând este necesar să relativizăm în mintea şi în viaţa noastră locul şi importanţa

nouveau credo», articol din *New Yorker* tradus în *Le Courrier internaţional* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, p. 32.

315 Centre de frumuseţe şi revigorare, bazate pe hidroterapie şi produsele derivate din tratamentele cu ape termale.

316 A se vedea C. ROLLOT, «Digital Detox, le jeune des hyperconnec- tes», A? din 10 martie 2015.

acestor media, înţelegând faptul că nu tot ce există ţine de informaţie şi comunicare, şi că toate aceste media nu trebuie să fie decât instrumente care servesc la transmiterea unui conţinut – existent înainte de ele şi după ele –, mult mai important, care poate fi transmis şi într-un alt mod, mai profund şi mai just, sau uneori nici nu trebuie transmis...

Trebuie de asemenea relativizate redescoperind, dacă le-am uitat, vechile forme de lucru, de petrecere a timpului liber şi de relaţionare cu ceilalţi. Vom vedea atunci că munca pe care o facem folosindu-ne de aceste media (atunci când nu ne putem lipsi de ele în profesia noastră) nu este întotdeauna mai eficientă sau mai rapidă, şi că de altfel rapiditatea nu este decât rareori absolut necesară; vom descoperi că delectările oferite de media nu sunt întotdeauna cele mai fertile, nici cele mai relaxante, şi că relaţiile stabilite pe reţelele de socializare nu sunt nici cele mai profunde, nici cele mai satisfăcătoare.

Vom redescoperi atunci plăcerea, libertatea şi profunzimea pe care le oferă lectura unei cărţi pe care o ţii în mână, răsfoirea unui ziar sau a unei reviste.

Vom regăsi de asemenea valoarea momentelor de tihnă, de linişte, de singurătate, de meditaţie, de contemplare şi de rugăciune.

Rezistenţă la presiunea socială şi economică

Pentru a relativiza şi a reduce folosirea Internetului, a telefonului inteligent şi a reţelelor sociale, trebuie să păstrăm, sau să regăsim, o distanţă critică faţă de presiunea socială, care le prezintă ca utilităţi indispensabile, le acordă o valoare exagerată şi produce fenomenele de modă şi mimetism, la care ne supunem în mod inconştient. Să fim conştienţi de faptul că, aşa cum am văzut, dezvoltarea noilor media şi a conţinutului acestora este administrată de comercianţi, pentru care utilizatorii nu sunt decât simple mijloace de generare de profit.

Este important să ne ferim de orice formă de exploatare, nu doar rezistând la tentaţia de a cumpăra noi dispozitive, de dragul unor gadgeturi inutile, care le-au fost adăugate, ci şi ferindu-ne să comunicăm, tuturor celor care caută să le colecteze pentru a le exploata, datele noastre personale, începând cu numărul de telefon şi adresa de mail, ceea ce ne va feri de tot felul de apeluri comerciale sau de mailuri publicitare, care au devenit o sursă de necontenită perturbare.

Să ne folosim defiltre

Este important de asemenea să limităm apelurile şi mesajele către noi de pe telefonul mobil, folosindu-ne de filtre, care resping apelurile la anumite ore sau nu permit decât apelurile de la persoanele înscrise în agenda telefonului nostru, sau care să activeze sistematic căsuţa vocală (ceea ce ne permite să triem apelurile şi să răspundem

numai la unele dintre ele). Pe telefoanele fixe de ultimă generaţie există o funcţie care face ca ele să nu sune în cazul

5

apelurilor necunoscute sau nedorite, care s-au înmulţit în aceşti ultimi ani din cauza dezvoltării tehnicilor de marketing prin telefon; sau, dacă nu, să apelăm la unele mici dispozitive [cum ar fi *Clibase* în Franţa] care blochează apelurile nedorite. în cadrul programelor de poştă electronică, poate fi activată o funcţie care permite punerea în carantină a mesajelor inoportune, în funcţie de persoana care le trimite sau de subiectul lor.

Să nu admitem o conectare permanentă

În cazul tuturor acestor media este necesar să respingem o conectare permanentă.

Faptul că televizorul nostru e deschis tot timpul, chiar şi atunci când avem alte lucruri de făcut şi nu ne uităm la el decât întâmplător şi nu-l auzim decât în fundal, trebuie eliminat cu totul. Acest principiu poate părea de la sine înţeles, dar din nefericire nu este aşa, pentru că sunt multe case în care oamenii îşi petrec întreaga zi privind la televizor.

„Hai să intrăm pe Internet”, se spune adesea, adică, hai să pornim calculatorul şi să navigăm la întâmplare pe Net. Această pornire trebuie de asemenea să ne-o reprimăm, dacă dorim să ne vindecăm sau să ne păstrăm sănătatea, în afara

faptului că această activitate este obositoare, până la urmă, mai întotdeauna, vom vedea că nu prea ne-a folosit la ceva. Există de asemenea primejdia de-a fi mânaţi în toată această căutare oarbă de patimi de care nu suntem deplin conştienţi şi care nu sunt întotdeauna salubre.

Refuzul unei conectări permanente priveşte, în mod evident, în primul rând telefonul (unde se pot aplica filtre orare), mailurile şi SMS-urile, la care nu trebuie branşate alerte instantanee, ca să nu fim tentaţi să răspundem pe moment, ci, de preferat, să ne ocupăm de toate odată, într-un moment din zi sau într-o anumită zi a săptămânii, rezervate pentru corespondenţă. Procedând în acest fel, vom observa că foarte puţine mesaje impun un răspuns imediat, şi că multe dintre ele sunt deja perimate şi nu mai cer nici un răspuns, iar multe dintre ele pot fi grupate şi li se poate da un acelaşi răspuns. Să ne ferim să cădem în capcana în care, prin natura sa, Twitter îi atrage pe abonaţi, îndemnându-i să reacţioneze imediat; vom expe- ria atunci valoarea detaşării, a unui răgaz de gândire; vom simţi vremelnicia iute trecătoare a clipei de acum, înţelegând că, de-i vom da răstimp de împlinire, poate să ne ferească de risipa de timp şi de vigoare.

Să administrăm bine ritmul şi timpul de conectare

în general, este important să ne administrăm bine timpul şi ritmul conectării, în sensul

impunerii unei limitări.

Dacă nu reuşim să ne lipsim cu totul de ele, este bine să considerăm televiziunea, navigarea pe Internet sau activitatea pe reţelele de socializare ca lipsite de prioritate în raport cu alte activităţi individuale (ca temele şcolare, în cazul copiilor) sau colective (ca mesele luate împreună sau alte ocazii de întâlniri plăcute cu ceilalţi) şi ca incompatibile cu acest fel de activităţi.

Timpul petrecut în faţa televizorului trebuie limitat de la bun început pe întreaga zi sau săptămână, ca şi timpul din fiecare zi consacrat jocurilor video, navigării pe Net sau reţelelor de socializare. Părinţii trebuie să se ara-

> J

te în această privinţă vigilenţi faţă de copiii lor şi să nu se ferească să le impună limite stricte de folosire a dispozitivelor media, stabilite în prealabil împreună cu ei şi cerân- du-le să fie respectate, pentru a nu se ajunge în situaţia în care trebuie să-i smulgă pur şi simplu din faţa ecranelor; în felul acesta, copiii se vor deprinde să administreze singuri acest gen de situaţii, cu mai puţină risipă de timp.

Să administrăm cu discernământ conţinutul acestor media

Când e vorba de televiziune şi Internet, cea mai bună metodă de a administra ritmul şi timpul de conectare este aceea de a administra cu discernământ conţinutul oferit, ferindu-ne să facem alegeri pripite, zapând la întâmplare.

În cazul televiziunii este mai mult decât util să folosim un program sigur, selectând dinainte emisiunile de calitate.

În cazul Internetului o măsură judicioasă este aceea de a repertoriza şi a include în categoria „favorite” site-urile cele mai utile şi de cea mai bună calitate, pentru a le accesa rapid, fără pierdere de timp, fără osteneală şi fără să rătăcim printre pagini mediocre sau inutile, în cazul în care ştim precis de ce anume avem nevoie.

Să redescoperim virtuţile discreţiei

Noile media au favorizat în diverse moduri o expunere a propriei persoane (fie prin conversaţiile telefonice purtate în public, fie pe YouTube, Facebook sau alte reţele de socializare) care desfiinţează, după cum am văzut, distanţa dintre viaţa publică şi viaţa privată şi lezează intimitatea persoanei şi a interiorităţii ei.

Utilizatorul mijloacelor de comunicare trebuie să înveţe iarăşi virtuţile discreţiei, aşa cum a subliniat recent Pierre Zaoui.[317] Intr-o societate în care totul tinde să devină public, pentru că totul se publică, trebuie redescoperite de asemenea virtuţile intimităţii, ale interioritătii, chiar ale tainei, singurele care îi pot permite persoanei să existe ca persoană care-şi are o parte a ei cu neputinţă de comunicat şi de destăinuit drept caracteristică profundă.

317 *La Discrétion, ou l'art de disparaître,* Autrement, Paris, 2013.

Să redescoperim adevărata prietenie

După ce s-a îmbătat cu mulţimea de prieteni ai săi de pe Facebook, *homo connecticus* nu poate să nu-şi dea seama într-o bună zi cât de artificiali sunt ei. Prietenia nu se naşte dintr-un simplu clic pe un buton şi nu se întreţine prin memoria unei aplicaţii software.

Decât să alergăm după această prietenie virtuală şi să ne muncim s-o sporim cantitativ, mai bine ar fi să redescoperim virtuţile adevăratei prietenii, care nu ţine de cantitate, ci de calitate, care se dobândeşte şi se întreţine prin îndelungi momente petrecute împreună, faţă în faţă, cu deplină atenţie, prin schimburi profunde de idei şi sentimente, adică, altfel spus, tocmai prin tot ceea ce practica noilor media contrazice prin virtualitatea, scurtimea şi superficialitatea ei.

în redactarea mesajelor să ţinem seama de faptul că ne adresăm unei persoane

Legăturile sociale, după cum am văzut, au pierdut mult din calitatea lor odată cu această modă a redactării de mesaje (SMS-uri, mailuri...) într-un stil deopotrivă expeditiv şi neglijent, în cadrul noilor mijloace de comunicare. Este important să redăm acestor legături valorile ce i se cuvin – respect faţă de persoană, căldură umană –, îngrijindu-ne de modul în care redactăm mesajele, mai cu seamă în ceea ce priveşte formulele de introducere şi de încheiere, care au suferit o mare degradare în comparaţie cu corespondenţa tradiţională.

Să facem lucrurile pe îndelete

Multe dintre efectele negative induse de noile media sunt legate, după cum am arătat, de faptul că favorizează o rapidă folosire a lor. Am văzut că ceea ce se percepe ca un câştig de timp din punctul de vedere al productivităţii muncii este în realitate o pierdere de timp din punctul de vedere al calităţii vieţii personale. Ca o reacţie faţă de viteza care domină modul de viaţă al omului modern, în anii ’80 s-a dezvoltat mişcarea Slow, care preţuieşte încetineala[318]. Redescoperirea virtuţilor acestei încetineli a ritmului – pe care societăţile tradiţionale au ştiut să-o păstreze – este încă şi mai importantă pentru *homo connecticus,* pe care viteza comunicaţiilor şi exigenţele ei l-au supus unui ritm infernal. A face lucrurile pe îndelete înseamnă a ne face timp pentru ele, a nu lăsa timpul să se scurgă vijelios, mânat de mecanisme din afară; înseamnă a ne face stăpâni pe timpul ce ne este dat spre fiinţarea şi împlinirea noastră lăuntrică.

CEA MAI BUNĂ PROFILAXIE: EDUCAREA COPIILOR

Mai bine este să previi, decât să tratezi. O folosire limitată a noilor media potrivit principiilor enunţate mai sus ne fereşte de căderea într-o dependenţă din care apoi va fi greu să scăpăm.

Copiii trebuie deprinşi de mici să se folosească

318 A se vedea cartea de succes a lui Cari HONORE, *Eloge de la lenteur,* Marabout, Paris, 2005.

cu măsură de aceste noi media, iar părinţii au în această privinţă un rol important.

Unii iau decizia radicală de a se abţine complet de la folosirea noilor media, adesea cu scopul de a-şi proteja copiii, aşa că în casele lor nu există nici televizor, nici calculator, nici tabletă, nici telefon mobil.

Această soluţie este posibilă în cazul copiilor de vârste mici, dar nu poate fi folosită în totalitate atunci când copiii sunt mai mari, decât dacă ne abţinem de la folosirea oricărei forme de tehnologie – cum fac cei din secta Amish, puternic sprijiniţi de convingerile lor religioase şi de comunitatea închisă din care fac parte – şi de la orice formă de viaţă socială. După cum am văzut, presiunea socială este foarte puternică încă din şcoală, şi dacă le este foarte greu copiilor să scape de mimetism într-o ambianţă în care marea majoritate a colegilor au acces la noile media, le este absolut imposibil să scape de folosirea calculatorului şi a Internetului, integrate de acum în pregătirea şcolară încă din primele clase.

Soluţia este să-i deprindem pe copii să-şi gestioneze cu stricteţe utilizarea noilor media, lucru care nu este posibil fără o supraveghere riguroasă până la vremea adolescenţei, mult mai provocatoare, dar căreia i se poate cu atât mai uşor ţine piept, cu cât principalele mecanisme de autoreglare au fost deja dobândite din copilărie.

Este esenţial ca părinţii să dea dovadă de autoritate, pentru a introduce, în funcţie de vârstă,

o gradaţie în utilizarea noilor media, dar şi pentru a-i deprinde pe copii să se folosească de ele într-un mod rezonabil, în ceea ce priveşte locul, durata şi conţinutul lor.

Referitor la gradaţie, psihanalistul Serge Tisseron a introdus regula de „3-6-9-12”. Dar această regulă este foarte laxă, întrucât permite folosirea tabletelor de la vârsta de 3 ani, introducerea calculatorului, televiziunii şi a jocurilor video între 3 şi 6 ani, şi introducerea telefonului mobil şi a Internetului între 9 şi 12 ani.[319] Am putea crede, pe drept cuvânt, că autorul contribuie la o adevărată condiţionare

şi la crearea unei obişnuinţe la vârsta la care

mecanismele

> » > dobândite se întipăresc în psihic pentru întreaga viaţă.

Este esenţial ca, înainte de a se deprinde cu folosirea noilor media, copilul să se deprindă cu folosirea vechilor dispozitive de comunicare, ca să poată beneficia de avantajele lor educative şi ca să nu le privească drept instrumente depăşite, ieşite din uz.

Este de asemenea important ca el să înveţe cum să fie sociabil în lumea reală, cea a contactelor concrete, fizice, cu copiii de vârsta lui, înainte de a stabili contacte digitale, ca să vadă cât de bogate şi frumoase sunt cele dintâi, şi cât de sărace şi în parte iluzorii cele din urmă. Este important de

319 *3-6-9-12. Apprivoiser Ies ecrans etgrandir,* Editions Eres, Toulouse,

asemenea să experieze adevărata camaraderie, apoi prietenia reală, profundă şi durabilă, pentru a o preţui şi a vedea cât de deosebită este de prieteniile artificiale de pe Facebook.

în aceeaşi ordine de idei, copilul trebuie să-şi edifice şi să-şi fortifice personalitatea reală (asumându-şi defectele, ceea ce este totodată o condiţie pentru echilibrul şi progresul său), pentru a se feri astfel de inventarea unei personalităţi virtuale pe Facebook, care, iluzorie cum este, nu va putea fi decât dezamăgitoare.

El trebuie să se deprindă mai întâi cu modalităţile clasice de învăţare (să scrie de mână în caiete, să calculeze în minte, să se folosească de dicţionare tipărite...), pentru a dobândi astfel o disciplină de lucru, pentru a dobândi şi stăpâni metodele de lucru, pentru a-şi dezvolta simţul şi capacitatea de efort, pentru a-şi face timp de cercetare, de organizare a cunoştinţelor, de reflecţie şi de gândire.

În fine, este necesar ca el să se deprindă cu valorile morale şi spirituale, pentru a avea discernământul necesar când e vorba de alegerea conţinutului diverselor media.

Ca să nu fie imediat înghiţit şi formatat de noile media, ca să aibă o şansă de a păstra (sau de a redobândi) controlul, este important ca acestea să aibă de la început pentru copil statutul de mijloace complementare şi anexe, statut pe care ei vor trebui ulterior să-l menţină.

În ce priveşte locul, este important ca părinţii

să nu permită copilului să folosească în camera sa noile media (începând cu televizorul, dar şi cu telefonul mobil), pentru a se evita astfel folosirea lor îndelungată sau intempestivă, eventual în cursul nopţii, care, între alte inconveniente, îl are şi pe acela de a afecta calitatea activităţii şcolare în ziua următoare.

Această măsură trebuie asociată cu o limitare a timpului alocat ecranului, care tinde în mod spontan să se tot prelungească. Această limitare poate fi realizată prin folosirea unui DVD, sau prin înregistrarea emisiunilor care au fost alese pentru calitatea lor (educative sau de divertisment), ceea ce are de asemenea ca prim avantaj faptul în primul rând că nu depindem de ora de difuzare şi nu prejudiciază activităţile prioritare, iar în al doilea rând orientarea interesului şi obişnuirea copilului cu un anumit tip de emisiuni (deoarece este dovedit faptul că un copil obişnuit să privească anumite emisiuni în copilărie – de exemplu filme documentare – îşi va păstra la vârsta adultă interesul pentru acelaşi tip de emisiuni, firește, pe potriva maturităţii sale).

Este important ca părinţii să-şi ajute copiii să nu se lase furaţi de fluxul de *link-mi* şi de tot ce ni se propune pe Internet, şi să-i înveţe să se folosească de conţinuturile lor în funcţie de nevoile lor de informare, culturale sau de divertisment, ca şi de valorile preţuite de ei, îndeosebi de ordin moral. Mulţi copii descoperă pe Internet violenţa şi sexualitatea (sub cele mai rele şi urâte

aspecte), pentru că părinţii nu s-au îngrijit să le bareze accesul la ele (prin aşa- numitele filtre de „control parental”), dar mai ales pentru că nu i-au avertizat şi nu i-au pregătit în aşa fel încât ei înşişi, de la sine şi în mod spontan, să se ferească de astfel de prezenţe. Şi tot aşa stau lucrurile când e vorba de alte pericole de pe Internei, cum ar fi contactele cu persoane necunoscute.

Dar ajutorul părinţilor nu trebuie să se limiteze la alegerea conţinutului; acesta trebuie tratat cu spirit critic, iar asimilarea lui să se facă dând întâietate proceselor intelectuale personale.

Cu alte cuvinte, părinţii trebuie să fie prezenţi la toate nivelele şi să acorde tot timpul necesar pentru educarea în acest sens a copiilor. Dependenţa copiilor şi adolescenţilor de televiziune, jocuri video şi Internet poate avea mai multe cauze, dar, cum am arătat, ea ţine adesea de o abdicare a părinţilor de la strădania de a fi alături de ei sau, mai rău, de faptul că au văzut aici un mod de a-i ţine pe copii ocupaţi cu ceva şi de a-i cuminţi, pentru ca ei să-şi vadă liniştiţi de treburile lor. Este necesar ca părinţii să preia controlul de la bun început şi să-l menţină până când copiii au o pregătire suficientă pentru a-şi gospodări ei înşişi felul în care utilizează aceste noi media, în ceea ce priveşte timpul, locul, ordinea priorităţilor şi valorile culturale, morale şi spirituale la care se raportează.

Pentru că sunt în mod sigur cei mai conştienţi de efectele negative ale noilor media, cei care le-

au conceput sunt primii care se grăbesc să-şi protejeze copiii.

în Los Altos din California, în inima ţinutului Silicon Valley, *The Waldorf School of the Peninsula* are rara particularitate de a fi o şcoală neconectată la media. Trei sferturi dintre elevi au părinţi care lucrează în marile companii digitale instalate în regiune: Google, Apple, Yahoo, Hewlet-Packard... Aceşti angajaţi, care se ocupă cu dezvoltarea tehnologiilor digitale şi promovarea lor în toate straturile sociale, apreciază în mod deosebit faptul că această şcoală îi ţine pe copiii lor departe de calculatoare, tablete şi telefoane mobile, până în clasa a patra.

Aceeaşi precauţie se practică şi acasă, pentru a proteja progenitura elitei de cele cu care îndoapă poporul de rând. Un articol din *New York Times* arăta recent că şefii firmelor din Silicon Valley specializate în noile media, începând cu Steve Jobs, fondatorul firmei Apple, nu-şi lasă copiii să folosească nici unul dintre aceste diverse dispozitive până la o vârstă relativ avansată, şi atunci numai într-un cadru restrictiv. Vom cita pe larg dintr-un articol al lui Nick Bilton, care a avut un amplu ecou în presa internaţională, pentru calitatea sa de a fi un bun exemplu în această privinţă:

> „Copiii dumneavoastră desigur adoră iPad-ul”, i-am spus lui Steve Jobs. Prima tabletă Apple tocmai fusese lansată pe piaţă. „Nu l-au folosit”, mi-a răspuns el. „în casa noastră, am limitat

folosirea tehnologiei digitale de către copii.” Am reacţionat printr-o tăcere plină de stupefacţie. îmi imaginam viaţa în familia Jobs ca un paradis pentru *nerds*[320]*-.* pereţii mi-i imaginam ca gigantice ecrane tactile, masa din sufragerie plină de iPad, şi că, de îndată ce trec pragul casei, invitaţilor li se oferă câte un iPod. Dar „Nu, nu-i deloc aşa, nici pe departe, mi-a răspuns Steve Jobs”. De atunci am întâlnit numeroşi şefi din Silicon Valley care mi-au ţinut un acelaşi discurs. Limitează strict timpul petrecut de copii în faţa ecranelor, le interzic adesea gadgeturile electronice seara, atunci când a doua zi merg la şcoală, fixând limite foarte stricte în timpul week-end-ului. Acest tip de educaţie m-a lăsat perplex. Majoritatea părinţilor pe care-i cunosc par să fi adoptat strategia inversă: îşi lasă copiii zi şi noapte cufundaţi în luciul ecranului tabletelor, telefoanelor inteligente şi al calculatorului.

Dar toţi aceşti şefi executivi din marile companii par să ştie un lucru pe care muritorii de rând îl ignoră. Chris Anderson, fostul redactor-şef al revistei *Wired,* astăzi director general la 3D Robotics, a impus limite de folosinţă şi controale parentale pentru toate aparatele sale. Chris şi soţia sa au cinci copii, între 6 şi 17 ani. „Ne acuză că suntem fascişti, că nici unul dintre prietenii lor nu este supus la astfel de reguli, subliniază el. Dar părinţii lor nu au fost expuşi în mod direct la pericolele tehnologiei digitale. Eu, care o cunosc, nu vreau să li se întâmple aşa ceva copiilor mei.”

320 Persoane pasionate de noile tehnologii, în special cele informatice şi digitale.

Pericolele la care se referea el înseamnă expunerea la un conţinut dăunător [...] şi, poate lucrul cel mai rău, faptul de a deveni dependent de aceste aparate, ca părinţii lor.

Alex Constantinople, director general de la OutCast Agency, o firmă de comunicaţii şi de marketing axată pe tehnologie, mi-a explicat că fiului ei cel mic, în vârstă de 5 ani, nu i se permite niciodată să folosească gadgeturi în cursul săptămânii, iar fraţii săi mai mari, care au 10 şi 13 ani, trebuie să se mulţumească cu 30 de minute de folosire a lor, în zilele când merg la şcoală.

Evan Williams, unul dintre fondatorii platformelor Blogger, Twitter şi Medium, afirmă că în loc de iPad copiii săi au sute de cărţi pe care le pot citi după plac.

Dar cum stabilesc părinţii industriei high-tech bunele practici pentru copiii lor? în general, în funcţie de vârstă.

Copiii mai mici de 10 ani par a fi cei mai înclinaţi spre dezvoltarea unei dependenţe; ca urmare, părinţii nu le permit să se folosească de vreun dispozitiv în cursul săptămânii. La sfârşitul săptămânii, impun limite între treizeci de minute şi două ore pentru folosirea iPad-ului şi a telefonului inteligent. Copiii între 10 şi 14 ani au dreptul să utilizeze calculatorul în serile din timpul săptămânii, când a doua zi merg la şcoală, dar numai ca să-şi facă temele.

Unii părinţi le interzic de asemenea adolescenţilor să intre pe reţele de socializare, cu excepţia Snapchat, care şterge fotografiile şi mesajele la câteva secunde după trimiterea lor. În

felul acesta, nu trebuie să se teamă de urmările celor spuse sau săvârşite *on line,* mi-a explicat un cadru de conducere.

în timp ce părinţii care se află în afara universului high-tech oferă un smartphone copiilor lor încă de la vârsta de 8 ani, numeroşi părinţi care lucrează în industria noilor tehnologii aşteaptă până când copilul lor împlineşte 14 ani. Şi există o regulă universală în rândul părinţilor din lumea high-tech pe care i-am intervievat: „Regula numărul unu este: fără ecrane în camera copilului. Şi cu asta am încheiat discuţia!" spune răspicat Chris Anderson. [...]

Nu l-am întrebat niciodată pe Steve Jobs ce altceva făceau copiii Iui dacă nu foloseau gadgeturile fabricate de el, aşa că am făcut apel la Walter Isaacson, autorul cărţii *Steve Johs,* biografia şefului firmei Apple, care a petrecut mult timp la familia Jobs. „în fiecare seară, Steve ţinea ca toată familia să cineze la marea masă din bucătărie, când vorbeau despre cărţi, despre istorie şi tot felul de alte lucruri de acest gen" mi-a răspuns el. „Nimeni nu scotea vreodată iPad-ul sau calculatorul. Copiii nu aveau deloc aerul că ar fi depen- denţi de aceste aparate."[321]

PROFILAXIILE CARE PRIVESC CONŢINUTUL, UTILIZAREA DE CĂTRE TERŢI A DATELOR PERSONALE, EXPLOATAREA COMERCIALĂ ŞI PROPAGANDA

321 «Les enfants de la Silicon Valley pionniers malgre eux», articol din *New York Times* tradus în *Le Courrier internaţional* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, p. 29.

Dacă totuşi îi lăsăm pe copii să navigheze într-o oarecare măsură pe Net sau să folosească mediile de socializare, este important să-i protejăm de pericolele pe care acestea le reprezintă prin natura lor.

Copiii trebuie în primul rând învăţări să nu-şi comunice pe mediile de socializare date personale care ar putea fi ulterior folosite contra lor şi să le dăuneze din punct de vedere psihologic. După cum am arătat, zeflemelele, jignirile, hărţuirile au devenit un adevărat flagel, care poate să-i ducă pe copii sau pe adolescenţi la depresie sau chiar la sinucidere.

Pe forumurile de discuţii, prudenţa este de asemenea absolut necesară, pentru că adulţi de cea mai joasă speţă morală le utilizează pentru a intra în contact cu copiii, implicându-i în relaţii de natură sexuală perverse şi traumatizante.

Există astăzi numeroase aplicaţii, propuse chiar de furnizorii de servicii, care permit un control parental şi interzicerea accesului tinerilor Ia conţinuturi necuvenite şi periculoase pentru ei (cu caracter sexual, violent sau sectar, de pildă).

Şi pentru adulţi este important să se protejeze împotriva diverselor forme de exploatare a datelor personale, care sunt sursă de diverse neplăceri şi probleme.

Trebuie în primul rând să evităm cât se poate de mult să ne comunicăm datele personale (informaţii despre propria persoană, domiciliu, adresa de mail, numărul de telefon...); pe site-urile

comerciale, când trebuie să furnizăm anumite date, să nu bifăm căsuţa care autorizează site-ul să le comunice unor terţi sau să le folosească în scopul prospectărilor de marketing.

Este important să ne setăm calculatorul astfel încât să nu permită *cookies* sau să autorizeze site-uri care să urmărească navigarea noastră pe Internet; *browsers* ca Duck- DuckGo sau Firefox oferă acum o funcţie de navigaţie privată, uşor de accesat printr-un simplu clic; putem bifa în meniul Preferinţe (sau Opţiuni) al unui alt *browser* căsuţa care cere site-urilor să nu ne urmărească navigarea; pot fi utilizate aplicaţii, ca Ghost, care permit reperarea site-urilor care ne urmăresc şi deconectarea lor.

Dacă, pe motoarele de căutare, nu putem să deconectăm răspunsul semi-automat prin care corporaţiile care gestionează Internetül orientează în mod insidios căutările noastre spre rezultatele dorite de ele, acestea trebuie ignorate, chiar dacă ne ia mai mult timp pentru a ne formula cererile.

TERAPEUTICA ŞI PROFILAXIA SPIRITUALĂ

După cum am văzut, efectele negative ale noilor media se manifestă pe plan spiritual şi implică, drept cauze, diverşi factori spirituali. Prin urmare, este cu totul îndreptăţită o terapeutică şi o profilaxie de natură spirituală.

Să practicăm postul şi când e vorba de noile

media

În mod obişnuit, se crede că postul se referă la hrană. Dar scrierile Sfinţilor Părinţi ne descoperă un înţeles mai profund şi mai amplu. Mai cu seamă când e vorba de perioadele de post, ele ne îndeamnă să nu postim doar cu gura şi cu stomacul, ci cu toate simţurile noastre (gustul, vederea, auzul, pipăitul); să aducem la postite viaţa noastră sufletească într-atât de îmbuibată cu lucruri care tulbură mintea şi-l înstrăinează pe om de viaţa cea duhovnicească, esenţială pentru el.

în ţările ortodoxe, în mod tradiţional, în vremea postului creştinii obişnuiesc să nu se ducă la teatru sau la concerte şi nu se uită decât rareori la televizor. Raţiunea unei asemenea înfrânări nu este simpla privare de plăceri mondene, ci dorinţa de a se desprinde din strânsoarea unei rutine şi, eliberaţi de ea, să se dedice unor activităţi mai elevate.

O asemenea înţelegere a postului arată că se poate posti şi când e vorba de folosirea noilor media, prin limitarea şi controlul ei, pentru ca libertatea astfel dobândită să fie închinată îngrijirii duhovniceşti de sine, de aproapele, şi legăturii cu Dumnezeu.

Un astfel de post poate fi abţinerea deplină, pentru un timp mai lung sau mai scurt, dinainte stabilit, sau impunerea de restricţii în ceea ce priveşte modul (alegerea strictă a emisiunii de televiziune, a site-urilor şi a navigării pe Internet)

şi durata de folosire.

Să ne stăpânim pornirile, dorinţele şi pasiunile/ patimile

Atât terapeutica, cât şi profilaxia spirituală implică dobândirea unei stăpâniri a pornirilor care conduc la folosirea noilor media oriunde şi oricând.

Ambele implică de asemenea un efort pentru împuţinarea dorinţelor şi slăbirea pasiunilor/patimilor care

sunt legate de ele şi care determină o folosire a lor vătămătoare din punct de vedere moral şi spiritual.

De aceea, terapeutica şi profilaxia dependenţei de media fac parte din ansamblul vieţii ascetice, care în sens larg înseamnă străduanie pentru eliminarea progresivă a patimilor şi dezvoltarea virtuţilor opuse lor, care constituie modul de vieţuire cel mai cuvenit pentru om.[322]

Binefacerile smereniei

Ca să ne împotrivim exhibiţionismului generalizat favorizat de noile media, care, după cum am văzut, este legat de ceea ce spiritualitatea numeşte filautie (sau iubire de sine), se cuvine să sporim în smerenie, prin care zădărnicim amăgirile şi dezamăgirile născute din vanitate şi mândrie şi ne zidim cu adevărat întru iubirea de aproapele şi de Dumnezeu, Căruia prin ea îi redăm locul de mare cinste în viaţa noastră.[323]

Binefacerile tăcerii şi ale singurătăţii

Se cuvine de asemenea să redescoperim

322 Am dezvoltat pe larg în altă parte înfăţişarea patimilor ca boli ale sufletului, iar a virtuţilor ca modalităţi de însănătoşire a acestuia, şi am explicat modul în care concepe tradiţia patristică, în cadrul unei terapeutici duhovniceşti metodice, convertirea patimilor în virtuţi *(Theiapeu- tique des maladiei spirituelles,* ed. a şasea, Cerf, Paris, 2013 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale,* Sophia, Bucureşti, 2001 – *n. irad.V).* Fac aşadar trimitere la această lucrare pentru mai multe detalii.

323 Privind modalitatea, sensul şi virtuţile smereniei, a se vedea *ibid.,* pp. 570-586, 677-709.

binefacerile tăcerii şi ale singurătăţii, pe care tradiţia spirituală a creştinismului răsăritean le reuneşte în noţiunea de *isihie,* în care se cuprind liniştea lăuntrică şi liniştea dinspre cele din afară.[5]

Sfinţii asceţi dau adesea pe faţă „vorbele deşarte” – care sunt totuna cu „vorbăria”, socotită de ei o adevărată patimă, foarte dăunătoare, nu doar pentru că înseamnă pierdere de timp şi abatere de la ocupaţii cu adevărat importante, ci şi pentru că e prilej de alte patimi. Or, ce altceva decât vorbe deşarte sunt cel mai adesea interminabilele discuţii prilejuite de ofertele de convorbiri nelimitate ale companiilor de telefonie mobilă şi de numeroasele forumuri de discuţii de pe Internet ?

Vorbind numai ce trebuie şi cât mai puţin, oferindu-şi, prin închiderea aparatelor din jurul său, lungi perioade de tăcere, omul modern se poate regăsi pe sine, se poate face iarăşi stăpân pe viaţa sa lăuntrică, se poate reclădi pe sine în liniştea din afară şi pacea lăuntrică, poate descoperi sau redescoperi binefacerile meditaţiei, ale contemplării şi ale rugăciunii, toate aceste bogăţii şi desfătări ale vieţii spirituale, de care ne lipsesc cu desăvârşire împrăştierea în cele ale lumii şi alipirea de ele.

Să ne facem iarăşi timp pentru citit

Este important să ne întoarcem la citirea cărţilor tipărite, care ne este de mai mult folos decât citirea de cărţi pe Internet.[324]

324 A se vedea lungile analize şi demonstraţii ale lui R. SlMONE, *Pris dans la toile. L’esprit aux temps du Web,* Gallimard, Paris, 2012, şi R. CASAŢI, *Contre le colonialisme numerique. Manifeste pour continuer â lire,* Albin Michel,

în viaţa spirituală, citirea cărţilor a fost întotdeauna privită ca esenţială, pentru că nu doar slujeşte la formarea noastră, ci încă şi hrăneşte sufletul cu harul Sfintei Scripturi şi al trăirii duhovniceşti a sfinţilor.

Paris, 2013.

încă din secolul al IlI-lea, Origen lăuda binefacerile „lecturii divine” *(theia anagnôsis),* subliniind totodată că e rodnică numai atunci când se face statornic, cu lua- re-aminte şi cu rugăciune.[1]

Tradiţia monastică apuseană a stabilit foarte de timpuriu o regulă pentru această *lectio divina,* în ceea ce priveşte ritmul, durata şi forma cuvenite, şi a rânduit ca fiecare lectură de acest fel să fie urmată de cugetare la înţelesurile ei, apoi de rugăciune, apoi de contemplare.[325] [326]

În tradiţia monastică răsăriteană, Sfântul Pahomie şi Sfântul Vasile au inclus citirile duhovniceşti în regulile lor mănăstireşti de-o manieră mai puţin strictă, dar socotin- du-le ca un adaos de nelipsit al rugăciunii. Sfântul loan Casian, un alt dascăl al vieţii mănăstireşti, o recoman- dă de asemenea[327], iar Sfântul loan Gură de Aur subliniază că aceste citiri nu le sunt de folos numai călugărilor, ci toţi ceilalţi creştini, care trăiesc în lume, care au familie şi munci de îndeplinit, au de asemenea mare nevoie de ele.[328]

Să ne păstrăm în modferm şi riguros timpul de

325' Scrisoare către Sfântul Grigore Taumaturgul.

326Cf. GUIGUES II LE CHARTREUX, *L'Échelle des moines.*

327 *Conférences,* XIV, 11 [trad. rom. de Prof. Vasile Cojocaru şi Prof. David Popescu, în: SFÂNTUL IOAN CASIAN, *Scrieri alese. Convorbiri duhovniceşti,* PSB, voi. 57, EIBMO, Bucureşti, 1990, pp. 560-561 – *n. trad.}.*

328 *Commentaire sur saint Matthieu,* II, 5 [trad. rom. de Pr. D. Fecioru, în: SFÂNTUL IOAN GURĂ DE AUR, *Scrieri, partea a IlI-a. Omilii la Matei,* I, 5, PSB, voi. 23, EIBMO, Bucureşti, 1994, pp. 21-22 – *n. trad.].*

rugăciune

După cum am văzut, noile media (în special Interne- tul) tind să le acapareze până şi monahilor timpul de rugăciune. La unii sihaştri, care au ajuns dependenţi de ele, timpul slujbelor este adesea scurtat în mod grav. Până şi în

vremea rugăciunii sau a slujbelor, mobilul rămâne deschis, tulburându-le prin semnalele lor. Nu e este ceva rar să vezi cum credincioşii, călugării sau chiar preoţii care slujesc la altar, îşi consultă mobilul în timpul slujbelor, sub cuvânt că poate e vorba de ceva urgent sau de vreo nevoie a aproapelui, pe care, fireşte, sunt datori să-l ajute.

în această privinţă, trebuie neapărat instituită o disciplină strictă, de la care să nu ne abatem nicidecum, păstrând cu sfinţenie neatinsă de nimic altceva vremea rugăciunii, tăind orice contact cu orice ne-ar putea, tulburân- du-ne, să ne desprindă de ea.

Trebuie să ne deprindem să nu începem nimic care să nu poată fi încheiat în clipa în care a sosit vremea rugăciunii, sau să avem tăria să curmăm pe dată, într-o clipită, lucrul început.

Rugăciunea nu poate fi rodnică decât în tăcere – aşadar în singurătate –, numai dacă se săvârşeşte cu deplină luare-aminte –, aşadar fără nimic care s-o distragă din afară sau lăuntric –, cu stăruinţă şi îndelung –, aşadar fără întrerupere. într-un cuvânt, dacă se face în duh de *isihie,* care, în tradiţia duhovnicească ortodoxă, constituie punctul central al curentului duhovnicesc denumit isihasm. Acest curent şi-a aflat acurateţea maximă în veacul al XlV-lea[329] [330], dar a existat încă din primele veacuri,

329A se vedea J. MEYENDORFF, *Gregoire Palamas et la mystique orthodoxe,* Seuil, Paris, 2002.

330 *Philocalie des Peres neptiques,* 7 voi., Abbaye de Bellefontaine, Begrolles-en-Mauge, 2004 [tr. rom. cit., în: *Filocalia sau culegere din scrierile Sfinţilor Părinţi...,* 12 voi.,

după cum o arată textele din toate epocile adunate în *Filocalie*[1], o antologie de scrieri ale Părinţilor, care înfăţişează ca temelie a vieţii duhovniceşti starea de *nepsis* (care înseamnă deopotrivă trezvie şi paza minţii) şi luarea-aminte, atenţia, fără de care rugăciunea nu poate fi cu adevărat rugăciune.

Să ţinem seama, de celălalt

Când e vorba de relaţiile cu cel de lângă noi, atât de preţuite în creştinism, care, îndată după iubirea lui Dumnezeu, a aşezat ca datorie şi virtute esenţială iubirea de aproapele, noile media, care, la prima vedere, par că le înlesnesc şi le înmulţesc, de fapt le vatămă în diferite moduri: fie le împiedică – captându-l şi izolându-l pe utilizatorul lor –, fie le sărăcesc, punând în locul relaţiilor reale relaţii virtuale, sau în locul relaţiilor pluridimensionale, relaţii unidimensionale (bazate pe text sau pe imagine), fie le falsifică – printr-o prezentare de sine înaintea celorlalţi deformată (supraevaluare) sau mascată (prin folosirea de pseudonime), fie le secătuiesc – prin folosirea de mesaje prescurtate, lipsite de un minimum de politeţe, fie, din cauza lor, ele devin neatente şi superficiale – prin dispersarea în activităţi sau comunicări paralele *(multitaskingp*

Trebuie neapărat să regăsim relaţia reală cu celălalt, cea în care suntem şi noi şi ceilalţi de faţă,

Ed. EIBMO, Bucureşti, între anii: 1947-1991 – *n. trad.*|. O selecţie de texte aflate în legătură cu rugăciunea este prezentată de J. Gouillard în *Petitephilocalie de lapriere du cceur,* Seuil, Paris, 1979.

cu totul şi deplin atenţi unii faţă de ceilalţi, care cere timp şi modalităţi de aprofundare, şi în care fiecare e atent ca, în tot felul, să ţină seama de celălalt.

Revigorarea atenţiei

Aşa cum am văzut, efectele negative cauzate de noile media se manifestă cel mai intens asupra facultăţilor de atenţie şi de concentrare. Prin puterea lor de distrage –

re a atenţiei, ele determină o capacitate tot mai redusă de atenţie, fie privind propriile activităţi, fie referitor la ceilalţi sau la Dumnezeu.

Iar viata duhovnicească, asa cum o defineşte tradiţia creştină orientală, cere o foarte mare atenţie (de aceea doar face ea din veghere/trezvie şi luare-aminte/discernământ stâlpii săi de susţinere), şi prin însuşi acest fapt este şcoală a atenţiei. Prin vigilenţă/trezvie *{nipsis),* care este în fond o necontenită supraveghere de sine, şi prin rugăciunea făcută cu luare-aminte, se formează şi se dezvoltă atenţia, iar atunci când puterea ei a slăbit ori s-a denaturat, cu ajutorul lor se reface şi se primeneşte.

Necontenita respingere a ispitelor, a gândurilor străine, fie ele oricât de banale – şi nu doar a gândurilor, ci şi a închipuirilor de tot felul, a amintirilor, a dorinţelor... –, unită cu străduinţa de a lua aminte numai şi numai la cuvintele rugăciunii, aceasta este metoda negreşită prin care atenţia se întăreşte într-atât, încât mintea şi sufletul nostru capătă statornicie neclintită, iar puterile lor, o forţă pe care nimic din afară nu o poate slăbi.

BIBLIOGRAFIE

ANDERS (Gunther), *L'Obsolescence de l'homme,* vol. 1, *Sur lame à lepoque de la deuxieme révolution industrielle,* Ivrea, Paris, 1956.

-, LObsolescence de l'homme, vol. 2, *Sur la destruction de la vie à l'époque de la troisième révolution,* Fario, Paris, 2012.

ATLAN (Monique) şi DROIT (Roger-Pol), *Humain: Une enquête philosophique sur ces révolutions qui changent nos vies,* Flammarion, Paris, 2012.

AUBERT (Nicole), *Le culte de l'urgence: La société malade du temps,* Flammarion, Paris, 2009.

AUBERT (Nicole) şi HAROCHE (Claudine) (ed.), *Les tyrannies de la visibilité. Etre visible pour exister?,* Toulouse, 2011.

BACH (Jean-François), HOUDÉ (Olivier), LENA (Pierre), TISSERON (Serge), *L'Enfant et les écrans. Un avis scientifique de l'Ai^demie des sciences,* Paris, 2013.

BAUDRILLARD (Jean), *Simulacres et simulation,* Galilee, Paris, 1981.

-, «L'ère de la facticite», în L. SFEZ şi G. COUTLEE, *Technologies et symboliques de la communication,* Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1990.

BAUMAN (Zygmunt), *Le Coût humain de la mondialisation,* Hachette, Paris, 2000.

BÉRA (Michel) şi MECHOULAN (Eric), *La Machine Internet,* Odile Jacob, Paris, 1999.

BIAGINI (Cedric), *L'Emprise numérique: Comment internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies,* L'Echappée, Montreuil, 2012.

BIAGINI (Cedric), CARNINO (Guillaume), IZOARD (Célia), *La Tyrannie technologique Critique de la société numérique,*

L'F.chappee, Montreuil, 2007.

BIRENBAUM (Guy), *Vous m'avez manque. Histoire d'une dépression française,* Les Arenes, Paris, 2015.

BONNET (Gérard), *Voir, être vu. Les figures de l'exhibitionnisme aujourd'hui,* Presses Universitaires de France, Paris, 2005.

-, La Tyrannie du paraître, Eyrolles, Paris, 2013.

BRETON (Philippe), *L'Utopie de la communication. Le mythe du «villageplanétaire»,* La Decouverte, Paris, 1997.

-, Le Culte de l'Internet – Une menace pour le lien social?, La Decouverte, Paris, 2000.

CARR (Nicholas G.), *Internet rend-il bfte?,* Robert Laffont, Paris, 2010.

CASAŢI (Roberto), *Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire,* Albin Michel, Paris, 2013.

CHOMSKY (Noam) şi HERMAN (Edward), *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie,* ediţia a 2-a, Agone, Marseille, 2008.

CRAWFORD (Matthew B.), *The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual în an Age of Distraction,* Farrar, Straus & Giroux, New York, 2015.

DEBORD (Guy), *La Société du spectacle,* Buchet/Chastel, Paris, 1967.

DESMURGET (Michel), *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* Max Milo, Paris, 2011; ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013.

DUGAIN (Marc) şi LABBÉ (Christophe), *L'Homme nu. La dictature invisible du numérique,* Robert Laffont et Plon, Paris, 2016.

FINKIELKRAUT (Alain) şi SORIANO (Paul), *Internet, l'inquietante extase,* Mille et une Nuit, Paris, 2001.

GICQUEL (Camille) şi GUYOT (Pierre), *Quantified Self. Les apprentis sorciers du «moi connecte»,* Fyp Éditions, Limoges, 2015.

GIFFARD (Alain), «Des lectures industrielles», în B. STIEGLER, A. GIFFARD şi C. FAURE, *Pour en finir avec la mecroissance. Quelques réflexions dArs industrialis,* Flammarion, Paris, 2009.

-, «Critique de la lecture numérique. *The Shallows* de Nicholas Carr», *Bulletin des bibliothèques de France,* 5, septembrie 2011.

-, «Pour une critique pharmacologique de la lecture numérique», *Bibliothèques,* 64, 2012, pp. 28-33.

GUARDIOLA (L), «Internet: la société du paraître», *Valeurs mutualistes,* 292, septembrie/octombrie 2014, pp. 14-15.

HASSAN (Robert), *Empire of Speed. Time and the Acceleration of Politics and Society,* Brill, Lund, 2009.

HAUTEFEUILLE (Michel) et VELEA (Dan), *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dependance,* ediţia a 2-a, Payot & Rivages, Paris, 2014.

HEIM (Michael R.), *The Metaphysics of Virtual Reality,* Oxford University Press, Oxford, 1994.

JACKSON (Maggie), *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age,* Prometheus Books, Amherst, NY, 2009.

KALLENBERG (Brad. J.), *God and Gadgets: Folloivingjesus în a Technological Age,* Cascade Books, Eugene, OR, 2011.

LAFONTAINE (Claire), *L'Empire cybernétique. Des machines àpenser a la pensée machine.* Seuil, Paris, 2004.

LASCH (Christopher), *La Culture du narcissisme,* Flammarion, Paris, 2008.

LURÇAT (Liliane), *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier,* François-Xavier de Guibert, Paris, ediţia a 3-a, 2004.

MACBETH WILLIAMS (Tannis), *The Impact of Television: A Natural Experiment în Three Communities,* Academic Press, Londra, 1986.

MATTELARD (Armand), *La Globalisation de la surveillance,* La Decouverte, Paris, 2008.

MCLUHAN (Marshall), *Pour comprendre les médias,* Seuil, Paris, 1968.

MONOD (Jean-Claude), *Ecrire à [heure du tout message,* Flammarion, Paris, 2015.

MOROZOV (Evgeny), *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom,* PublicAffairs, New York, 2012.

-, Pour tout résoudre, cliquez ici! L'aberration du solutionnisme technologique, Fyp Éditions, Limoges, 2014.

Musso (Pierre), *Critique des reseaux,* PUF, Paris, 2003.

OLLIVRO (Jean), *Quand la vitesse change le monde,* Apogee, Rennes, 2006.

ORWELL (George), *Nineteen Eighty-Four,* Seeker and Warburg, Londra, 1949; trad. fr. *1984,* Gallimard, Paris, 1950.

PACKARD (Vance), *La Persuasion clandestine,* Calmann-Levy, Paris, 1958.

-, The Waste Makers, David McKay co., Inc., New York, 1960.

-, Une société sans défense, Calmann-Levy, Paris, 1965.

PALFREY (John) şi GASSER (Urs), *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives,* Basic Books, New York, 2008.

PASQUALE (Frank), *Black Box Society. Les algorithmes*

secrets qui contrôlent l'économie et l'information, Fyp Éditions, Limoges, 2015.

PIECES ET MAIN D'ŒUVRE, *Le Téléphoné portable, gadget de destruction massive,* L'Échappee, Montreuil, 2008.

RAMONET (Ignacio), *La Tyrannie de la communication,* Galilee, Paris, 1999; ediţia a 2-a, Gallimard, Paris, 2004.

RIESMAN (David), *La Foule solitaire. Anatomie de la société moderne,* Arthaud, Paris, 1964.

SADIN (E.), *Surveillance globale,* Climats, Paris, 2009.

-, La Société de l'anticipation, Inculte, Paris, 2011.

-,La Vie algorithmique. Critique de la raison numérique, L'Echappee, Montreuil, 2015.

SARTORI (Giovanni), *Homo videns. Televisione epost-pensiero,* Later- za, RomaşiBari, 1998.

SERVAN-SCHREIBER (J.-L.), *Trop vite! Pourquoi nous sommes prisonniers du court terme,* Albin Michel, Paris, 2010.

SFEZ (Lucien), *Critique de la communication,* Seuil, Paris, 1988.

SIMONE (RafFaele), PrA *dans la toile. L'esprit aux temps du Web,* Gallimard, Paris, 2012.

SMALL (Gary) şi VORGAN (Gigi), *Ibrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind,* HarperCollins Publishers, New York, 2009.

TlSSERON (Serge), *Y a-t-il un pilote dans l'image!,* Aubier, Paris, 1998.

- L'Intimite surexposée, Hachette, Paris, 2002.

TURKLE (Sherry), *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines,* L'Echappee, Paris, 2015.

VIAL (Stephane), *L'Etre et l'écran. Comment le numérique change la perception,* PUF, Paris, 2013.

VIRILIO (Paul), *La Bombe informatique,* Galilee, Paris, 1998.

WINN (Marie), *The Plug-în Drug: Television, Computers, and Family Life,* ediţia a 2-a, Penguin Books, Londra, 2002; trad. fr. *TV Drogue,* Fleurus, Paris, 1977.

WOLTON (Dominique), *Internet et apres? Une théorie critique des nouveaux médias,* Flammarion, 1999.

Cuprins

Introducere.....5
I. Invazia.....9
Colonialismul digital.....10
Televiziunea.....12
Jocurile video.....16
Calculatorul şi progenitura sa.....17
Internetül.....18
Reţelele de socializare: Facebook, Twitter şi celelalte....19
Telefonul inteligent (smartphone).....22
Mesajele (SMS şi MMS).....24
Obiectele conectate.....25
II. Când mijlocul de transmitere a mesajului ia locul mesajului.....26
III. Noii mediatori deveniri tirani.....35
Noile media, repere obligatorii şi mediatori politici, economici şi sociali.....35
Deposedarea de viaţa personală.....38
Omul extro-dirijat.....40
IV. Dezintegrarea culturii.....42
Reducerea calităţii şi a fiabilităţii informaţiei.....43
Nivelarea culturală: exemplul oferit de Wikipedia.....51
Nivelarea universitară. Exemplul academia.edu.....55
Iluziile unei culturi şi enculturaţii prin Internet.....56
Iluziile unei şcolarizări prin Internet.....57
Efectele negative asupra lecturii.....59
Destructurarea operei.....71
Felierea produselor culturale.....74
Efectele negative asupra scrisului.....76
Pagube colaterale produse editurilor şi creaţiei intelectuale.....80
V. Contracţia spaţiului şi a timpului.....89
Reducerea distanţelor spaţiale şi temporale.....89
O falsă impresie de libertate şi atotputernicie.....90
Organizarea timpului, subjugată de noile media.....92
Un timp fără continuitate.....93
Un timp care se contractă.....96

Cultul rapidităţii.....98
Totul, imediat..... 100

CUPRI
NS

O lume intolerantă la frustrare, incapabilă de aşteptare şi lipsită de dinamica dorinţei.....101
Inconvenientele rapidităţii.....102
O lume lipsită de durată.....105
Accelerarea sarcinilor ce trebuie îndeplinite.....106
Multitasking.....106
Mai puţini timpi morţi înseamnă mai puţin timp de viaţă 110
Marea iluzie a unui câştig de timp.....111
VI. Distrugerea relaţiilor interpersonale.....112
Lumea, un sat imaginar.....112
Apariţia lui *homo connecticus* şi a lui *homo communicans* 114
O comunicare lipsită de conţinut, care-şi este propria finalitate.....118
Hipercomunicarea, un mod de a scăpa de singurătate.119
Noile mijloace de comunicare, obstacoleale comunicării
Restrângerea vieţii comunitare.....121
Descărnarea relaţiilor 125
Sărăcirea calitativă a comunicaţiilor interpersonale.....127
Un nou individualism.....129
Un autism generalizat.....130
Relaţii virtuale şi relaţii reale.....131
Falşii prieteni de pe Facebook.....132
Spaţiile de discuţie şi problema pseudonimelor.....134
Relaţii lipsite de responsabilitate: bârfe, calomnii, hărţuire 142
Internetül, „lada de gunoi a istoriei”.....143
VIL întâlniri primejdioase.....144
Internetül, zonă lipsită de regim juridic şi de sancţiuni 144
Promovarea violenţei şi a sexului.....145
Locuri rău famate.....153
VIII. Desfiinţarea vieţii private.....159
Reducerea distanţei dintre viaţa privată şi viaţa publică 159
BigBrother e aici.....161

CUPRI
NS

Supravegherea de către stat a indivizilor.....167
Controlul economic al tuturor indivizilor.....171
Expunerea de sine, pierderea pudorii şi a simţului intimităţii.....174
IX. Negarea trupului şi alterarea sănătăţii sale.....177
Trupul este dat la o parte.....177
Noile media, factori de risc pentru sănătate.....179
Diminuarea activităţii fizice.....180
Degradarea obişnuinţelor alimentare, bulimie şi obezitate 181
Alcoolism şi tabagism.....183
Tulburări de somn..... 184
Oboseală şi stress.....186
X. Primatul virtualului asupra realului..... 187
Imaginea, prima servită.....188
Primatul virtualului asupra realului.....192
Realitate virtuală şi realitate amplificată: două noi produse pe piaţa drogului.....199
O nouă aplicare a alegoriei peşterii.....201
XI. Patologii psihice.....203
Comportamente obsesive şi compulsive.....203
Hiperconectivitatea – modalitate de a alunga temerile şi angoasa.....204
O falsă soluţie pentru nelinişte şi nevoia de siguranţă. 206
Un mijloc de a scăpa de plictiseală.....208
O viziune deformată asupra lumii.....210
Reprezentarea şi imaginea despre sine, mai importante decât realitatea persoanei în sine.....211
Relaţia, mai importantă decât identitatea persoanei.....214
Efectele nocive ale transparenţei.....215
Exteriorizarea persoanei prin comunicare şi sărăcirea vieţii lăuntrice.....217
Amplificarea emoţiilor şi diminuarea sentimentului de afecţiune.....219
Noile media, factori de regresie.....221
Un teren propice pentru narcisism.....222
Hipercomunicare, hipersolicitare, hiperactivitate: hiperoboseală, *burn-outA* depresie.....224

CUPRI
NS

Fenomenele de dependenţă.....227
Spaţiul unei libertăţi iluzorii.....232
XII. Diminuarea capacităţilor intelectuale.....234
Scăderea performanţelor şcolare pe termen scurt şi lung 235
O abrutizare generală.....238
Imaginea, mai importantă ca textul.....239
Diminuarea limbajului (lexic şi gramatică).....240
Slăbirea capacităţii de reflecţie.....247
Informaţii care nu constituie nici ştiinţă, nici cunoaştere 249

CUPRI
NS

Slăbirea memoriei.....250
Distrugerea capacităţii de atenţie şi de concentrare....257
Fragmentarea şi destructurarea gândirii.....264
Modificarea structurii şi a funcţionării creierului.....265
XIII. Sărăcirea vieţii spirituale.....269
Ivirea unei noi religii.....269
O religie fără etică.....275
Un nou cult.....275
Limitele practicii religioase *on line*.....277
Un substitut greşit al spovedaniei.....280
O înlocuire a verticalului cu orizontalul.....281
O tehnologie care poartă pecetea „lumii acesteia”.....282
Un om ţintuit în materie şi în propriul trup, prin Internet şi obiectele conectate.....283
Comunicarea, surogat al comuniunii.....284
Rivalitatea dintre conectarea la media şi conectarea la Dumnezeu.....286
Surse multiforme de tentaţii.....287
O provocare şi o hrană pentru patimi.....288
Expunerea şi supra-expunerea propriei persoane: un nou teren de exercitare pentru iubirea de sine, slava deşartă şi mândrie.....290
O sursă inepuizabilă de distracţie şi divertisment.....293
Nimicitori ai isihiei.....293
înlocuirea stabilităţii lăuntrice cu un necontenit flux şi o permanentă tulburare.....294
În loc de reculegere, împrăştiere.....295
Urmările negative asupra vigilenţei (trezviei) şi atenţiei, două exigenţe fundamentale pentru viaţa duhovnicească 297
XIV. Terapii şi profilaxii.....300
Cum se poate vindeca dependenţa.....301
Recursul la psihoterapie.....302
Câteva principii de reglare pentru cazurile mai puţin grave .... 304 Cea mai bună profilaxie: educarea copiilor.....312
Profilaxiile care privesc conţinutul, utilizarea de către terţi a datelor personale, exploatarea comercială şi propaganda 320
Terapeutica şi profilaxia spirituală.....321

CUPRI
NS

Bibliografie.....329

Se spune în mod curent că inventarea noilor media a provocat în societatea noastră o revoluţie comparabilă cu cea produsă de electricitate sau de noile mijloace de locomoţie. Există însă o mare diferenţă între noile media şi celelalte invenţii care au schimbat în mod profund viaţa omului modem. Nici o altă tehnologie nu a pătruns în activitatea noastră zilnică pentru un timp atât de îndelungat, nu a solicitat atenţia şi intervenţia noastră atât de constant, nu a invadat atât de mult viaţa noastră privată, familială şi personală, nu a pătruns atât de profund înlăuntrul vieţii noastre sufleteşti. Nici o altă tehnologie nu a transformat atât de mult raporturile noastre cu spaţiul şi timpul, felul nostru de a vedea lumea, relaţiile noastre cu ceilalţi, reprezentarea pe care o avem despre noi, natura şi ritmul activităţilor noastre de la serviciu şi din timpul liber, forma noastră de comunicare, ca şi natura, structura şi forma vieţii noastre psihice şi intelectuale. Şi nici o altă tehnică, prin influenţa exercitată asupra modului nostru de a fi, care constituie textura existenţei noastre, nu a avut un impact atât de important asupra vieţii noastre spirituale.

Scopul studiului nostru [...] este acela de a invita la o reflecţie critică asupra folosirii acestor noi mijloace de comunicare [...]. Pornind de la o mai bună cunoaştere a deviaţiilor provocate de noile media şi a efectelor patologice reale şi potenţiale, să învăţăm să le controlăm şi să reducem utilizarea lor în zona în care produc efecte nedorite.

Numai conştientizând gravitatea acestei adevărate maladii care afectează civilizaţia noastră se va putea organiza rezistenţa faţă de ele [...] şi numai aşa ne vom putea gândi la o schimbare în societate care să poată reda comunicării dimensiunea cu adevărat umană şi spirituală ~ N_{Or}rii it.

www.sophia.ro
978-973-136-624-1
9 789731 366241
editura Σοφία

[2] Ea constă în crearea continuă de noi modele, mai performante – în ceea ce priveşte memoria internă, rapiditatea, capacitatea de stocare, rezoluţia imaginilor etc. –, cele precedente devenind astfel „depăşite”

[2]A se vedea de exemplu MAXIM MĂRTURISITORUL, *Capete despre dragoste,* 1,40,92; II, 73,75,76,82; III, 1,4; IV, 91 [tr. rom. în *Filocalia,* voi. 2, EIBMO, Bucureşti, 2008, pp. 70,73,106,1486 – *n. trad.].*

[5] Este titlul cap. 1.

[3] Cf. *Essai sur les données immédiates de la conscience,* Alcan, Paris, 1889.

[1] Mai mult de o familie din două ia prânzul cu ochii la televizor, iar când e vorba de cină, două din trei...

[1]A se vedea G. BONNET, *La Tyrannie duparaître,* Eyrolles, Paris, 2013.

[1]A se vedea D. LELOUP şi M. TUAL, «Une photo de Mark Zuckerberg ravive la peur de la réalité virtuelle», *Le Monde,* 22.02.2016. «Matricea» este o referinţă la filmul emblematic *Matrix.*